



Sveriges lantbruksuniversitet  
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för naturresurser och  
jordbruksvetenskap

## Att planera för lokal utveckling

- En genomgång av 22 Leaderområdets strategier

Planning for local development

- An analysis of 22 Leader area strategies

*Clara Thorgren*

## **Att planera för lokal utveckling**

- En genomgång av 22 Leaderområdets strategier

Planning for local development

- An analysis of 22 Leader area strategies

*Clara Thorgren*

**Handledare:** Kjell Hansen, Sveriges lantbruksuniversitet,  
Institutionen för stad och land

**Examinator:** Yvonne Gunnarsdotter, Sveriges lantbruksuniversitet,  
Institutionen för stad och land

**Omfattning:** 30 hp

**Nivå:** Avancerad nivå, A1E

**Kurstitel:** Självständigt arbete i landsbygdsutveckling

**Kurskod:** EX0797

**Program/Utbildning:** Agronomprogrammet - landsbygdsutveckling

**Utgivningsort:** Uppsala

**Publiceringsår:** 2016

**Elektronisk publicering:** <http://stud.epsilon.slu.se>

**Nyckelord:** Lokala utvecklingsstrategier, Leadermetoden, Landsbygdsprogrammet, kvantitativ innehållsanalys, kvalitativ textanalys, diskursanalys, språkbruk, normativt

---

**Sveriges lantbruksuniversitet**  
**Swedish University of Agricultural Sciences**

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap  
Institutionen för stad och land

## Sammanfattning

Leader är en metod för att utveckla landsbygden. Lokala utvecklingsstrategier för Leadermetoden, en del av Landsbygdsprogrammet för Sverige 2007- 2013, studeras i detta examensarbete. Detta för att undersöka relationen mellan målen som finns i utvecklingsstrategierna och de projekt som har beviljats stöd genom Leadermetoden. Materialet studeras genom kvantitativ innehållsanalys, kvalitativ textanalys och diskursanalys. Den kvantitativa innehållsanalysen inleder arbetet för att lära känna utvecklingsstrategiernas struktur och innehåll samt för att undersöka vilka typer av projekt som beviljats stöd. Den kvalitativa textanalysen görs med fokus på att identifiera de målsättningar som finns i utvecklingsstrategierna, som dels blir synliga genom att undersöka vad de vill åstadkomma. Samt undersöka kopplingen mellan de olika Leaderområdenas utvecklingsstrategier och dess beviljade projekt. Diskursanalysen används som analysverktyg för att kritisk granska faktorer som påverkar sambandet mellan utvecklingsstrategierna och de beviljade projekten.

Resultatet visar att det finns ett samband mellan det ingående Leaderområdets utvecklingsstrategi och dess beviljade projekt, men att det påverkas av faktorer som formuleringar i strategiernas målsättningar. Dessa formuleringar kan ifrågasättas. Tyngdpunkten i diskussionen ligger i utvecklingsstrategiernas liknande språkbruk och målsättningar. Även sambanden mellan målsättningarna och de beviljade projekten är likartade. Utvecklingsstrategierna verkar vara knutna till en praktik som kan antas vara av normativt slag. Diskussionen fokuserar också på vad detta innebär för synen på den landsbygdsutveckling som framkommer i strategierna.

Nyckelord: Lokala utvecklingsstrategier, Leadermetoden, Landsbygdsprogrammet, kvantitativ innehållsanalys, kvalitativ textanalys, diskursanalys, språkbruk, normativt

## Abstract

Leader is a method for rural development. Local development strategies within the Leader approach, a part of the Rural Development Program for Sweden 2007-2013, are studied in this thesis. The relationship between the targets, as expressed in the local strategies and the projects that have been approved for financial support are investigated. The materials are studied through quantitative content analysis, qualitative text analysis and discourse analysis. The quantitative content analysis is used in the beginning to get to know the local strategies' structure and content, and to study the types of approved projects. The qualitative text analysis is focused on identifying the local strategies' targets, which are partly visible in looking at what they want to accomplish. The link between the local strategies and the approved projects will also be studied through this method. Discourse analysis is used as an analytical tool to critically examine factors that influence the relationship between local strategies and the approved projects.

The result shows that there is a connection, but it is influenced by factors such as target formulations. These formulations can be questioned. The emphasis of the discussion is the similarities in local development strategies' language and targets. The relationship between the targets and the approved projects are also similar. The local development strategies appear to be linked to a practice that can be assumed to be of a normative kind. The discussion also focuses on what this means for the approach to rural development that emerges in the strategies.

Keywords: Local development strategies, the Leader approach, the Rural Development Program, quantitative content analysis, qualitative textual analysis, discourse analysis, language, normatively

# Innehåll

<b>1. Inledning .....</b>	<b>6</b>
<b>2. Bakgrund.....</b>	<b>7</b>
2.1 Leadermetoden .....	7
2.2 Problemformulering .....	10
<b>3. Syfte och frågeställningar .....</b>	<b>12</b>
<b>4. Tillvägagångssätt .....</b>	<b>13</b>
4.1 Material och urval .....	13
4.2 Kvantitativ innehållsanalys .....	15
4.3 Kvalitativ textanalys .....	17
<b>5. Resultat av analyserna .....</b>	<b>21</b>
5.1 Lära känna .....	21
5.2 Strategiernas målsättningar .....	28
5.2.1 Fastställda referensramar .....	28
5.2.2 Leaderområdenas egna målsättningar .....	29
5.2.3 Översättning av Landsbygdsprogrammet .....	41
5.3 Strategiernas öppenhet .....	42
5.4 Landsbygdsutvecklingens egna språk .....	45
<b>6. Avslutande diskussion .....</b>	<b>50</b>
<b>Referenser .....</b>	<b>52</b>
<b>Bilaga .....</b>	<b>54</b>

## 1. Inledning

Frosten börjar täcka marken, julmusik spelas på vissa radiokanaler, vi går i rask takt mot ett nytt år – år 2016. Ett nytt år är en ny period. Politiska program följer inte alltid nya år, men efter en bestämd period ersätts de med nya politiska program. Landsbygdsprogrammet är ett politiskt program som består av stöd och ersättningar för att utveckla landsbygden. Det nationella programmets nya period har satts i rullning för att verka under åren 2014-2020 (Jordbruksverket a 2014). Nya perioder liksom nya år möjliggör för utvärdering av förgående period. I Landsbygdsprogrammet, som är ett omfattande politiskt program, finns det en del som heter Leader. Jag har i detta examensarbete studerat delar av Leaderverksamheten så som den genomfördes under förgående programperiod 2007-2013.

Leader är en metod där politiska beslut delegerats ner till lokala områden just för att fånga essensen i det lokala. Under perioden 2007-2013 fanns det 63 Leaderområden i Sverige. Varje område har tagit fram en egen utvecklingsstrategi, som ska ligga till grund för arbetet med Leadermetoden i området. Det är 22 av dessa utvecklingsstrategier som kommer att studeras i detta examensarbete. Utvecklingsstrategierna är intressanta därför att de är *nära*; de är framtagna just för att lyfta det lokala. Utvecklingsstrategierna utgör grunden för hur Leaderområdet ska utvecklas genom Leadermetoden. Varje Leaderområde har en budget och områdets styrelse, dvs. LAG-gruppen, kan bevilja stöd till olika lokala projekt. I uppsatsen har jag undersökt i vilken mån de lokala strategierna styrt vilka projekt som beviljats inom Leaderområdena. Jag har fokuserat på de målsättningar som uttrycks i utvecklingsstrategierna, för att undersöka sambandet mellan dessa och Leaderområdets beviljade projekt. I princip ska projekt beviljas utifrån de mål som finns i strategierna och den huvudfråga jag arbetat med har handlat om huruvida utvecklingsstrategierna verkligen haft denna funktion. Uppsatsen har därmed en utvärderande ansats, vilket underlättats av att programperioden nu är avslutad.

## 2. Bakgrund

I detta kapitel kommer Leadermetoden att presenteras för att öka förståelsen kring utvecklingsstrategiernas sammanhang, även en problemformulering som ramar in undersökningen. I studien används beteckningarna *Landsbygdsprogrammet*, *regionala utvecklingsprogrammen*, *Leadermetoden och strategierna*, istället för deras fullständiga namn:

Landsbygdsprogram för Sverige 2007-2013

Regionala utvecklingsprogrammen för 2007-2013

Utvecklingsstrategi för Leadermetoden 2007-2013

Leadermetoden för perioden 2007-2013

### 2.1 Leadermetoden

Leader är ett verksamhetsområde inom Landsbygdsprogrammet. Åtgärderna inom Landsbygdsprogrammet är uppdelade i fyra axlar, Leader är den fjärde axeln. I figur 1 presenteras en kort version av Landsbygdsprogrammets övriga tre axlar.

*Figur 1 sammanställning Landsbygdsprogrammets övergripande mål*

Axel 1	Axel 2	Axel 3
<b>Förbättra jord – och skogsbrukets konkurrenskraft.</b>  Projekt som beviljas inom denna axel syftar till att stärka konkurrenskraften och utvecklingskraften hos företag på ett hållbart och resursutnyttjande sätt. Företagen är inom jordbruk, skogsbruk, rennäring, livsmedelsproduktion och förädling.	<b>Förbättra miljön och landskapet.</b>  Inom denna axel är målen att bevara och utveckla landskapet genom miljöförbättrande åtgärder.	<b>Förbättra livskvaliteten på landsbygden.</b>  Bredda företagande och främja utveckling av ekonomin på landsbygden. Inom denna axel stimuleras bland annat attraktiva miljöer, ett diversifierat näringsliv och ökade samarbeten.
<b>Horisontella principer</b>  jämställdhet, kvinnor, ungdomar, integration, kompetenshöjning, miljö och hållbar utveckling		

(Landsbygdsprogrammet 2007–2013:89–92, Figur: Thorgren 2015)

De horisontella principer som finns i Landsbygdsprogrammet ska också beaktas i arbetet med Leader, som är en metod för landsbygdsutveckling. Leadermetoden syftar till att hjälpa landsbygdsområden att förbättra det ekonomiska väståndet och livskvaliteten i landsbygdsområdet. Genom Leader söker människor stöd för olika projekt för att utveckla landsbygden. Genom dessa lokala initiativ ska Landsbygdsprogrammets övergripande mål uppnås, vilka är de tre axlarna. Leader är alltså en metod som ska tillämpas på Landsbygdsprogrammets övriga tre axlar. Jordbruksverket är förvaltningsmyndigheten för Leadermetoden (Karlsson 2012:1-4).

Det är Europeiska unionen (EU) som angivit de övergripande målen för Leadermetoden. Sverige har sedan möjligheter att välja de enskilda stödformer som passar dem, det gäller Landsbygdsprogrammet som helhet. Leadermetoden är tillämpad av EU sedan år 1991, Sverige tillämpade Leader för första gången år 1996. På senare tid bygger Leaderverksamheten på följande egenskaper (Karlsson 2012:2):

- **Underifrånperspektiv** – Arbetet ska ha en lokal förankring. Leader avser att mobilisera landsbygdsområdenas egna utvecklingspotentialer.



- **Arbetsättet partnerskap** - Varje Leaderområde bildar/bildas av en förening. Leaderområdet är en förening byggd genom trepartnerskap med representanter från offentlig, privat och ideell sektor. Föreningens styrelse kallas LAG (Local Action Group).
- **Nytänkande** – De insatser som görs genom Leader ska vara innovativa i sitt sammanhang.
- **Överförbarhet** – Insatserna ska kunna användas i andra Leaderområden.
- **Nätverk** – Leaderområdet strävar efter att etablera nätverk för att samla erfarenheter.

Leadermetoden bygger på samarbete i partnerskapet, på lokala initiativ och på lokala förutsättningar. Partnerskapet med representanter från offentlig, privat och ideell sektor bildar tillsammans den grupp (LAG) som fattar beslut om vilka projektidéer som ska beviljas stöd. LAG-gruppen avslår också projektansökningar, men formellt beslutande om godkännande har den ansvariga länsstyrelsen som ger projekten klartecken (Karlsson 2012:5). När en projektansökan kommer in till LAG-gruppen följer de en modell med urvalskriterier som utgår från deras utvecklingsstrategi (jfr urvalskriterierna i strategierna). Projekt inom Leader beviljas mellan 20 – 100 procent av de stödberättigade kostnaderna. Verksamhetens föreslagna projekt beviljas stöd inom axel 1, 2 eller 3 (Sveriges lantbruksuniversitet 2010). Sveriges totala budget för Landsbygdsprogrammet (från EU och svenska staten) var cirka 35 miljarder kronor, av dessa går 2,4 miljarder till Leadermetoden, som fördelas på 63 Leaderområden. Utöver detta tillkommer privat och offentlig medfinansiering med cirka 1 miljard kronor (Karlsson 2012:4).

Under perioden 2007-2009 bildades 63 Leaderområden som med några få undantag täcker hela Sveriges landsbygd. Dessa 63 områden ingick i Leaderperioden och har fått sin utvecklingsstrategi godkänd av jordbruksverket. Strategin är också en ansökan om att få bilda ett Leaderområde, utan en godkänd strategi får inte Leaderområdet bildas. Utvecklingsstrategiernas syfte är att beskriva hur den offentliga, ideella och privata sektorn ska utveckla området. Den är grunden i områdets verksamhetsinriktning (Karlsson 2012:7).

Att bestämma vilka områden som ska ansöka om att bilda ett Leaderområde är ett första steg i skapandet av strategin. De geografiska avgränsningarna kan vara baserade på tidigare samarbeten, naturliga likheter eller karaktäristiska drag. Strategin skapas genom en

samverkansprocess mellan olika aktörer från olika sektorer. Det är upp till Leaderområdet att bestämma hur förankringsarbetet ska gå till. Leaderområdenas strategier ska ta hänsyn till olika sektorer och näringar till exempel som turism, naturvård och kultur. Under förstudier till ett strategiunderlag vill området ofta engagera många människor och det kan hållas allmänna informationsmöten, workshops och avstämningsmöten kring Leaderplanerna. Förstudien initierats också på politiska plan och det är viktigt att den sker i enighet med politiska beslut som finns i området. Leaderområdena måste också förhålla sig till riktlinjer som finns för de kommande målsättningarna (jfr Nedre Dalälven & Skåne nordväst södra)<sup>1</sup>.

## 2.2 Problemformulering

Delar av studien kommer att användas som underlag till en utvärdering av Landsbygdsprogrammet, som görs av Sveriges lantbruksuniversitet på uppdrag av regeringen. Därför fanns en relativt klar problemformulering innan arbetet sattes igång. Undersökningen drivs emellertid av mina forskningsfrågor som har preciserats med utgångspunkt från de riktlinjer som givits av de som deltar i utvärderingen av Landsbygdsprogrammet. Riktlinjerna var att få en övergripande kunskap om sambandet mellan de mål som presenteras i strategierna och Leaderområdenas beviljade projekt. Det är resultatet av den undersökningen som kommer att användas till utvärderingen.

Det finns inga tidigare systematiska studier av förhållandet mellan Leaderområdenas strategier och de projekt som områdena bedriver. Studien är inte bara intressant för de som efterfrågar delar av den, utan också för samhällsmedborgare som påverkas av Leadermetoden. Idéer och projekt ska vara förankrade hos människor som berörs (jordbruksverket d 2014). Därför är det intressant ur deras perspektiv att se om Leaderområdena följer de riktlinjer som givits, om strategin har den funktion som den ska och om de typer av insatser som den föreslår uppnås. Oavsett om det är lokala utvecklingsstrategier eller internationella program anser jag att politik är en komplex sektor, som kan bestå av många olika logiker som sammanfaller. Genom att studera politiska program eller delar av dem, ökar kunskapen om deras verkningar och potentiella förbättringar.

---

<sup>1</sup> Nedre Dalälven och Skåne nordväst är två av de Leaderområdens strategier som studeras och dessa kommer att refereras till på detta sätt.

Sådana studier är intressanta för de människor som påverkas av den politik som förs.

En del Leaderområden har utvärderat arbetet med Leadermetoden i sina egna områden. Utvärderingarna kan innehålla möjligheter och dilemman för perioden (Helmfrid & Käll 2014). Jordbruksverket har gjort en omfattande utvärdering av Leader där alla Leaderområden ingått. Syftet med den rapporten var att beskriva vilka slag av insatser, resultat och engagemang som Leadermetoden skapar. I rapporten redovisas uppgifter om utvecklingen i tillkomsten av projekt och avslutade projekt. Den visar vad de olika projekten har för inriktningar, finansieringar och projektens resultat studeras och kommenteras (Karlsson 2012:1-3). Sveriges lantbruksuniversitet har gjort en halvtidsutvärdering av Landsbygdsprogrammet där halvtidsutvärdering av Leader ingår (Sveriges lantbruksuniversitet 2010). Den här studien har ett annat fokus än de utvärderingar och rapporter som gjorts kring Leader 2007-2013.

### 3. Syfte och frågeställningar

Jag har undersökt 22 utvecklingsstrategier för LAG under perioden 2007-2013. I princip ska projekt beviljas utifrån de mål som finns i strategierna och den huvudfråga jag arbetat med har handlat om huruvida utvecklingsstrategierna verkligen haft denna funktion. Det studeras genom att undersöka relationen mellan beviljade projekt och de mål som finns i strategin. Syftet med detta har varit att göra delar av Leadermetoden mer transparent och skapa underlag för diskussion. Till exempel om huruvida strategierna kan förbättras, om det är rätt projekt som får pengar, om vad man hoppas att projekten verkligen leder till konkret, för vem och på hur lång sikt. Som en utvidgning av syftet har jag också undersökt hur det eventuella sambandet mellan strategier och projektbeslut sett ut.

Huvudfråga:

- Hur ser sambandet ut mellan Leaderområdets strategi och dess beviljade projekt?

Steg på vägen för att besvara frågeställningen:

- Vad är målen med strategin?
- Vilka typer av projekt har beviljats i Leaderområdet?

## 4. Tillvägagångssätt

I detta kapitel kommer studiens tillvägagångssätt och teoretiska ramverk att presenteras. Mitt material är av stort omfång och därför har jag inledningsvis valt att studera strategierna med en kvantitativ metod, för att få en generell överblick av strategiernas struktur. Därefter studeras delar av strategierna med kvalitativa metoder, eftersom jag vill lära känna strategierna närmare än deras övergripande struktur. Att använda sig av både kvantitativa och kvalitativa metoder förekommer i forskning (Esaiasson et al. 2012:197). Valet att kombinera forskningsmetoder har gjorts utifrån de frågor jag undersöker och hur materialet ser ut. Studiens tyngd ligger i den kvalitativa textanalysen. Kapitlet inleds med en presentation av material och urval.

### 4.1 Material och urval

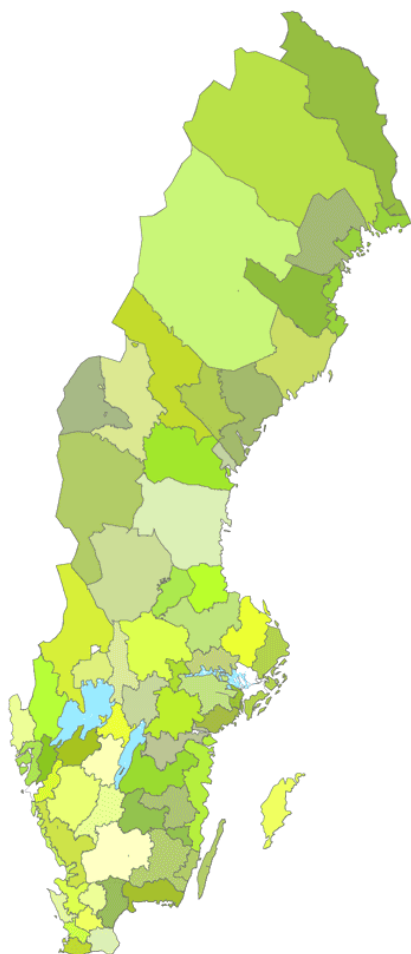
Studiens material utgörs av 22 utvecklingsstrategier. Under perioden 2007-2013 fanns 63 Leaderområden så mitt urval representerar en dryg tredjedel av alla områden. Strategierna finns tillgängliga för allmänheten men riktar sig främst till de som styr arbetet med Leadermetoden i Leaderområdet, LAG-gruppen. Strategin gällde mellan åren 2007-2013. Strategierna måste godkännas av jordbruksverket. Det förekommer sällan fotnoter eller referenslistor i strategierna.

Materialet utgörs också av en databas från jordbruksverket som innehåller information om de utvalda Leaderområdenas beviljade projekt. I databasen finns information om inom vilken axel projektet beviljats stöd, budget samt en kort beskrivning av projektets innehåll. Sammanlagt innehåller databasen information om 1427 godkända projekt, alla dessa ingår i studien. Beskrivningarna av projekten är den del av databasen som studien kommer att fokusera på.

Som tidigare nämnts är undersökningen en del av en större utvärdering, innan undersökningen startade gavs ett färdigt urval av material till mig. Databasen och strategierna har skickats till mig personligen. Valet av strategier var redan gjort och det med motiveringen att de kommer från

Leaderområden som har olika förutsättningar samt att områdena är spridda över Sverige. Figur 2 är en karta över Sveriges 63 Leaderområden, 22 av dessa Leaderområdens utvecklingsstrategier utgör materialet för studien.

*Figur 2 - Karta över Sveriges Leaderområden för perioden 2007-2013*



(Jordbruksverket b 2014)

Leaderområdena tillhör ett, eller främst ett, län och nedan presenteras Leaderområdena vars strategier ingår i studien samt vilket län de tillhör för att visa den geografiska spridningen.

- Leader Blekinge - Blekinges län
- Leader Falun-Borlänge och Leader Nedre Dalälven (Neda) - Dalarnas län
- Leader Gotland - Gotlands län

- Leader Södra Fjällen och Leader Åres Gröna Dalar - Jämtlands län
- Leader Västra Småland och Leader Mitt i Småland - Jönköpings län
- Leader Astrid Lindgrens hembygd - Kalmar län
- Leader Mare Boreale - Norrbottens län
- Leader Snapphanebygd, Leader Skåne Nordväst Södra och Leader Ystad-Österlen - Skånes län
- Leader Södertälje och Leader Utveckla Roslagen och Stockholms Skärgård (Uross) - Stockholms län
- Leader Växtlust Värmland - Värmlands län
- Leader Lappland - Västerbottens län
- Leader Timråbygd - Västernorrlands län
- Leader Sjuhärad, Leader Terra et Mare och Leader Västra Skaraborg - Västra Götalands län
- Leader Bergslagen - Örebro län

## 4.2 Kvantitativ innehållsanalys

Kvantitativ innehållsanalys innebär att man utifrån ett material utför en undersökning som baseras på likvärdiga sätt med så många analysenheter att dessa uppgifter är jämförbara och kan analyseras och uttryckas med siffror (Esaiasson et al. 2012:197). Den kvantitativa innehållsanalysen utförs i två steg:

### **Steg 1 - Lära känna strategierna**

Den variant av kvantitativ innehållsanalys som jag har arbetat med är något förenklad och anpassad till studien. Den används som en ingång för att kunna överblicka strategierna och databasen, lära känna materialet. Jag kommer också att undersöka hur strategierna förhåller sig till varandra. Kvantitativ innehållsanalys handlar inte bara om att räkna, utan också om att tolka för att det ska vara möjligt att placera delar i rätt kategori (Esaiasson et al. 2012:198). Genom att jag lär känna materialet kan de delar som ska komma att analyseras kvalitativt identifieras. Utifrån mina forskningsfrågor reflekterar jag över vilka delar av strategierna som behöver

studeras närmare för att besvara dem.

Jag började med att läsa igenom alla strategier en gång. Jag tittade på dispositionen, vilka delar som finns med i strategierna och om deras upplägg skiljde sig åt. Även hur långa strategierna är och användandet av bilder och tabeller. Strategiernas utförlighet och antalet tabeller och bilder skapar olika förhållningssätt till läsaren, därför är det intressant att undersöka.

Den kvantitativa innehållsanalysen är nyttig för studien eftersom den gör det möjligt att genomföra kvalificerade generaliseringar av materialet, identifiera generella strukturer och använda metoden för att beskriva strategierna (Esaïasson et al. 2012:197–99).

## **Steg 2 – Databasen**

En variant används också som övergripande analysmetod när jordbruksverkets databas studeras. När jag fick tillgång till databasen innehöll den endast information om de utvalda Leaderområdenas beviljade projekt, totalt 1427 godkända projekt. Jag började med att snabbt läsa igenom hela databasen för att få en överblick av vad den innehåller. Därefter bestämde jag mig för att gå igenom ett Leaderområdes beviljade projekt i taget. Projektbeskrivningarna som tillhör Leaderområdet lästes igenom. Efter det tolkades projektbeskrivningarna och placerades i olika kategorier. Detta för att få en generell förståelse kring Leaderområdets beviljade projekt (Esaïasson et al. 2012:198). Nedan presenteras exempel på hur kategoriseringarna gick till.

### **Exempel - Leaderområde Sjuhärad**

Projektbeskrivningen läses igenom, som något förkortat kan se ut såhär: ”[...] *avser att inventera vandringsleder i hela Sjuhärad, för att få en heltäckande bild av vilka leder som finns, vilken kvalitet dom håller och hur tillgängligheten ser ut*” (Projekt 1111)<sup>2</sup> Detta projekt kategoriseras som "förstudie vandringsleder". Därefter lästes fler projektbeskrivningar igenom och kategoriserades på liknande sätt. Om ytterligare ett projekt passade under vandringsleder grupperade jag dem, i vissa fall krävdes en modifiering av kategoriseringen som stycket nedan visar.

---

<sup>2</sup> Refererar till jordbruksverkets databas, projektet har nummer 1111



*”Projektet är en möjlighet för dem som vill söka stöd för en mindre åtgärd när det gäller att tillgängliggöra landskapet för boende och besökare. Åtgärder som kan vara aktuella är till exempel iordningställande av vandringsleder [...]” (Projekt 1109)*

Kategoriseringen modifierades och benämns istället som "tillgängliggöra vandringsleder (+1 förstudie)". Ett mer färdig resultat ser ut såhär:

### **Beviljade projekt inom axel 3 för Leaderområdet Sjuhärad:**

samarbete/samordning/nya nätverk/ plattformar (varav 3 förstudier) x7

ungdomsprojekt eller projekt riktade till ungdomar/barn x3

attitydförändringsprojekt x2

kulturaktiviteter x2

stimulera nytt/befintliga företagande/nya produkter x4

fritidsaktiviteter och dess anläggningar (1 förstudie) x2

kultur x2

nybyggnation

kompetensutveckling x6

På detta sätt utfördes studien med alla beviljade projekt. Att kategorisera projekten för varje Leaderområde krävs för att få en överblickbar och enklare förståelse för vilka arbetsområden som projekten berör, som *företagande, turism och vandringsleder*. Steg 2 är viktig för att kunna koppla denna information till Leaderområdets strategi. Informationen om projekten som finns i databasen kan ses som sammanfattningar av den projektplan som varje projekt har. Projektplanerna finns att tillgå därför kan projekten studeras mer grundligt men informationen i databasen ger en god överblick och gör att syftet kan uppnås.

## **4.3 Kvalitativ textanalys**

När jag går över till att studera strategierna med kvalitativa metoder har strategiernas väsentliga delar identifierats. De delar av strategierna som behöver studeras mer noggrant för att kunna besvara frågeställningen. Det är de delar av strategierna där målen är synliga. Strategierna

innehåller föreslagna insatser genom att undersöka vad de vill åstadkomma blir målen synliga därför är också dessa delar av strategierna viktiga att analysera. Det ligger utanför studiens ramar att undersöka strategiernas indikatorer och mätbara mål som de satt för att själva följa utvecklingen under perioden, till exempel att de vill ha utfört 45 ungdomsprojekt och tagit fram 10 handlingsplaner.

Studiens variant av kvalitativ textanalys används för att få fram det väsentliga innehållet i texterna, vilket görs genom noggrann läsning av de utvalda delarnas helhet, delar och deras kontext (Esaiasson et al. 2012:210). Den kvalitativa analysen har delats in i två delar. Första delen handlar om att systematisera materialet, den andra delen handlar om att analysera valda delar med en kritisk analysmetod – diskursanalys. Kombinationen valdes för att presentera resultatet med fler nyanser. Studien är preciserad till det som står i strategierna. Jag är medveten om att bakom strategin finns det människor som skapat den, men jag har valt att inte fokusera på aktörerna bakom eller andra idébärare, studien är idécentral och inte aktörscentral. Nedan presenteras den kvalitativa textanalysens två delar:

### **Steg 3 – Systematisering av målen som sedan kopplas till projekten**

Den version av systematisering som används syftar till att logiskt ordna och klassificera innehållet. Metoden används för att formalisera tankeinnehållet i lätt överblickbara kategorier och ställa samman olika ståndpunkter (Esaiasson et al. 2012:211). För att kunna ställa samman strategiernas mål måste de först var för sig studeras mer noga. Det görs genom noggrann läsning, flera gånger. Det krävs också koncentrerat av strategins insatser och mål, en reducering av materialet av anledningen att vissa delar är för långa. Vissa delar kräver kortare och mer koncisa formuleringar. När detta görs är det viktigt att den väsentliga innebörden inte går förlorad (Esaiasson et al. 2012:270-1). Efter att strategins insatser och mål är sammanställda och sammanfattade kopplas de till Leaderområdets beviljade projekt. Sambandet undersöks med fokus på om målen som identifierats är synliga i projektens sammanfattningar. I detta steg kopplas Leaderområdets strategi och projekt samman var för sig.

Informationen kan systematiseras ytterligare. Jag vill undersöka eventuella gemensamma riktningar och har som mål att presentera resultatet på ett enklare sätt. Relevanta delar från

resultaten skrivs upp, därefter börjar teman identifieras för att ringa in strategiernas riktningar. Dessa teman presenterar resultatet på ett enklare sätt, det blir lättare att förstå och komma ihåg strategiernas riktningar (Esaiasson et al. 2012:272-3). Likheter och olikheter mellan strategierna och dess koppling till beviljade projekt skrivs ner under arbetets gång. Att sammanfatta och sammanställa ett material medför för- och nackdelar. Studiens material är av stort omfång och därför krävs en reducering av information för att på ett enklare sätt kunna presentera resultaten. Nackdelarna är att alla strategiers mål och insatser inte kan presenteras, inte heller insatsernas platsbundenhet.

Metoden innehåller också delar från klassificeringsanalys, som handlar om att klassificera verkligheten. Målen placeras under lämpliga sammanfattande rubriker, till exempel - finns det en liberal filosofi i dessa strategier? Sådana klassificeringar förklaras genom en teoretisk konstruktion (Esaiasson et al. 2012:136) och anses rimliga om de medför en beskrivning av materialet som anses öka förståelsen.

#### **Steg 4 – Analyserar kritiskt**

Medan jag utförde arbetet med systematisering insåg jag att ytterligare en analysmetod var nödvändig. Jag vill kunna analysera och kritiskt granska språkliga faktorer som påverkar sambanden mellan strategi och projekt. De analysmetoder jag hittills använt öppnar inte för den sortens av analys, det gör däremot diskursanalys. De språkliga faktorerna noterades under alla studiens delar. Det kändes nödvändigt att analysera dessa eftersom de är av så betydande karaktär för relationen mellan strategin och projekt. Genom diskursanalys kan jag värdera och ifrågasätta materialet på ett annat sätt än vad den systematiserande delen öppnar för. Den analysen kommer att presenteras sist i uppsatsen. Diskursanalys kan antas som något komplex och därför är det enklare att följa uppsatsen om den delen presenteras sist. Det finns många varianter av diskursanalys, för studien är det inte nödvändigt att anamma ett helt paket utan jag kommer att anpassa delar av diskursanalys till min studie (Esaiasson et al. 2012:212).

Begreppet diskurs åsyftar en typ av social praktik som har en viss språkanvändning. Med andra ord är diskurs hur man talar om något. Integrerade grupper av människor, som en familj, gör saker, t.ex. äter en familjemiddag, på ett visst sätt, det är en social praktik. En social praktik kan

vara synlig genom de integrerade människornas handlingsmönster och vanor, vilka kan vara mer eller mindre regelstyrda. Diskursen är en del av den sociala praktiken och utgörs av språkanvändningen. Familjen använder språket på ett visst sätt under familjemiddagen men detta sätt knyter samtidigt familjen till en bestämd samhällsposition. De regler som styr strategierna kommer till uttryck i deras diskurser och en diskursiv analys kan visa hur strategierna är påverkade av det omgivande samhället (Bergström och Boreus 2012:23). Studiens version av diskursanalys handlar om att identifiera ord i strategierna och se vilka normativa perspektiv som finns i dem (Esaiasson et al. 2012:213).

Den diskursiva analysen visar på hur de 22 strategierna anpassar sig språkligt till det givna regelsystemet. Framför allt har jag uppmärksammat samband mellan strategiernas språkanvändning. Denna typ av analysmetod kan synliggöra om ett visst språk förs i strategierna och om sättet att uttrycka sig kan härledas till en social praktik som strategierna är en del av.

Ambition är inte att kunna uttala sig allmängiltigt kring Sveriges Leaderområdets strategier under perioden 2007-2013 utan att skapa ett underlag för diskussion. Det är inte orimligt att anta att drag som är gemensamma för 22 strategier sannolikt också gäller för de flesta andra. I uppsatsen förhåller jag mig till om majoriteten av strategierna gör något eller några få, studien är inte av räknade slag.

De riktlinjer som givits har inte styrt undersökningen, utan det gör mina frågeställningar. Jag har inte känt mig låst av att behöva förhålla mig till riktlinjer utöver de som ges för examensarbetet. Jag har haft friheten att utforma studien efter egna önskemål. Riktlinjerna gav snarare studien en tydligare mening och en inramning som underlättade arbetet att sätta igång. Att studera delar av ett avslutat program har fördelen att det sällan ändras och kan påverka undersökningens upplägg, så även i mitt fall.

## 5. Resultat av analyserna

### 5.1 Lära känna

I denna del har jag ställt samman uppgifter om Leaderområdena för att presentera de olika förutsättningar som råder för dem, bland annat i fråga om areal, folkmängd och budget, liksom när det gäller antal beviljade projekt.

*Figur 3 - Sammanställning Leaderområden*

Projekt inom						
Område	yta	folkmängd	budget	axel 1	axel 2	axel 3
Astrid L	3,4	47	18381	3	2	34
Bergslagen	8	83	31140	6	11	78
Blekinge	3	77	33144	1		40
Falun-Borl	3	27	9900	2	6	56
Gotland	3	33	68968	7	17	36
Lappland	54	43	23467	3	10	35
Mare Boreale	6	41	22178	1	26	60
Mitt i smål	4	73	26061	2	4	31
Neda	7	62	43019	6	8	73
Sjuhärad	6	103	38792	7	15	43
Skåne nv-s:a	0,8	81	29404	5	4	17
Snapphaneb	1,4	57	14287		10	25
Södert lb	0,6	18	13397	3	5	25
Södra fjällen	22	17	18658	3	16	78
Timrå	0,8	18	6950	2	5	23
Uross	4	77	33058	5	25	83
V:a Skarab	2,7	78	27406	6	22	51
V:a Småland	3	86	22456	5	10	66
Växtlust	11	86	32509	5	23	107
Ystad –Ö.len	1,6	79	27651	8	15	37
Åres gr. Dal	7	9	10017	3	4	17
Terra et ma	2	107	37600	8	17	67
Snitt:	7	59	26 747			

- Yta i 1000 kvadratkilometer

- Folkmängd i 1000 inv
- Budget i 1000 kr

(Siffror från jordbruksverket, figur: Stjernström 2015)

Tabellen visar att Leaderområdenas geografiska omfattning skiljer sig åt, även deras folkmängd, budget och antalet beviljade projekt. Leaderområdenas yta skiljer sig från 600 till 54 000 kvadratkilometer, men det innebär inte att folkmängden är mycket större i de större områdena. Gemensamt för alla Leaderområden är att störst andel beviljade projekt är inom Landsbygdsprogrammets axel 3, vilket också var en uttalad ansats.

För att *lära känna* strategierna undersökte jag deras olika dispositioner. I strategierna presenteras först bakgrund och fakta om Leaderområdet. Genom dessa delar av strategierna ges en bild av områdets befolkningsstruktur, näringsliv, kulturliv, utbildningsmöjligheter och fritid med mera. Utdragen nedan är tagna från Timrås och Roslagens strategier som exempel på hur delar av bakgrundsfakta kan se ut.

*”I Timrå finns ett aktivt företagsliv framförallt inom småföretag. Timrå kommun satsar aktivt på att förbättra klimatet för företagare. Med fler lönsamma, växande företag skapas nya och fler jobb, vilket leder till att fler kan flytta hit vilket i sin tur innebär att samhällets service tryggas och utvecklas.”* (Timrå:8)

*”Roslagen och Stockholms skärgård har ett mycket stort antal fritidshus, över 60.000 st. samt ca. 200.000 fritidsboende. Dessa fritidsboende måste anses som en stor resurs för området. Många av dessa fritidshus har byggts om till permanentbostäder och många har därigenom flyttat ut. Detta är både positivt och negativt, i vissa områden har man stora problem med färskvattenförsörjning och avloppsfrågan är en ständigt pågående diskussion.”* (Uross:16)

Utdragen visar två sätt att beskriva området. I Timrås strategi presenteras fokus på näringslivet, de vill satsa på fler lönsamma och växande företag, som i slutändan kan leda till att människor flyttar till området. Roslagen och Stockholms skärgård beskriver en annan resurs, antalet fritidshus, att dessa kan byggas om till permanentbostäder som också kan leda till inflyttning. Det är två exempel som belyser hur olika Leaderområdena kan presentera bakgrundsfakta. Genom att

läsa strategiernas bakgrundsfakta blir även vissa av strategiernas mål synliga, som i dessa fall strävan efter att öka inflyttning.

Alla 22 strategier innehåller en nulägesanalys av området som ofta benämns som SWOT analys. Den innehåller styrkor, svagheter, möjligheter och hot. Analysen som oftast presenteras som en del av bakgrunden ger tillsammans med bakgrundsfakta en bild av det ingående Leaderområdets karaktär. Majoriteten av strategierna presenterar sin nulägesanalys i punktform eller i tabellform med en tillhörande text. I ett fåtal strategier presenteras nulägesanalysen i en flytande text. Det som presenteras i nulägesanalyserna har kopplingar till bakgrundsfakta. Nedan presenteras ett utdrag från Leaderområdet Mitt i Smålands nulägesanalys, vilken presenteras i punktform.

### **Styrkor**

- Goda transportmöjligheter med järnväg, riksvägar och flyg
- God bredbandstäckning
- Det finns en stark entreprenörsanda och god kultur av företagsamhet i området
- Varierande landskap med unika natur- och kulturmiljöer, typiskt för Småland
- Närhet till naturen och goda friluftsmöjligheter
- [...]

### **Svagheter**

- Ojämn befolkningsstruktur
- Låg vidareförädlingsgrad på produkter
- Låg andel tjänsteföretag
- Låg andel av befolkningen har eftergymnasial utbildning, gäller särskilt män
- [...]

(Mitt i Småland:7)

Majoriteten av Leaderområdena beskriver en värld i förändring, att den står i stark omvälvning, vilket leder till att livsstilen snabbt börjar ändras. I Åres strategi kan man läsa att synen på ekologisk och ekonomisk hållbar utveckling håller på att förändras och att vi måste vara förberedda på snabba förändringar. Det gäller att vara medveten om de lokala och globala förutsättningarna (Åre:3). Leaderområdet är inte ensamma om att beskriva en värld där det är

viktigt att bevara eller öka motståndskraften och det fungerar inte genom att ha ett *bygdetänk*.

Leaderområdena har gjort förstudier för att ta fram strategiunderlag. Alla strategier motiverar sina insatser utifrån områdets förutsättningar och de idéer som uppkommit under arbetes gång. Leaderområdet Terra et Mare motiverar insatserna genom att säga att de tar vara på de möjligheter och styrkor som finns i området och att de ska arbeta för att överbygga de svårigheter som finns (Terra et Mare:4).

I figur 4 presenteras en sammanställning av alla Leaderområdets nulägesanalyser. Det som återkommit under sammanställningen av nulägesanalyserna minst fem gånger finns med i den gemensamma sammanställningen. Vissa delar kan ha befunnit sig på styrkor men presenteras som möjligheter, samt befunnit sig på hot men presenteras som svaghet och vice versa. Även om vissa ord eller meningar är omformulerade finns kärnan kvar. Sammanställningen presenteras för att ge en samlad bild av vad som framkommit under Leaderområdenas analyser samt vad som motiverat insatserna. Det som är understruket är det som framkommit flest gånger. Den syn på landsbygden som finns i strategierna utifrån nulägesanalyserna kan sammanfattas på följande sätt:

*Figur 4 Gemensam SWOT-analys*

<b>Styrkor</b>	<b>Svagheter</b>
Nära till (stad, natur)	<u>Negativ befolkningsutveckling</u>
Rikt och differentierat småföretagande	Långa avstånd
Aktivt föreningsliv	Brist på mötesplatser
Stort engagemang	Ökande avstånd till servicefunktioner
<u>Naturen</u>	<u>Otillräckliga kommunikationer, service, bredband</u>
Aktivt jord- och skogsbruk	Dålig samverkan och samordning
Attraktiva boendemiljöer	Större fokus på tätorter
Gymnasieskolor, folkhögskolor	Ojämn integration och jämställdhet
Goda kommunikationer, tillgänglighet	Låg eftergymnasial utbildning och dåliga möjligheter till utbildning på högre nivå
Rikt kulturarv	<u>Åldrande befolkning utveckla företag</u>
Starka etablerade nätverk	<u>Sommarhus</u>
Starkt varumärke	<u>Bristande samhällsservice</u>
God bredbandstäckning	Infrastruktur
<u>Billigt boende</u>	Få stora företag
Låg arbetslöshet	För lite/dålig marknadsföring av regionen
Kreativa människor	mervärden
Stark turism	Brist på bostäder
Bra pendlingsavstånd	Vidareförädling
Hästverksamheter	



God sammanhållning Hållbar energiutveckling	Få arbetstillfällen
<b>Möjligheter</b>	<b>Hot</b>
<u>Tillvara ta attraktiva lägen</u> <u>Utveckla turism</u> Outnyttjade resurser Ridning, hästverksamheter Dra nytta av naturen Utveckla primärproduktion av råvaror Produktutveckling <u>Satsa mer på ungdomen</u> Involvera nyinflyttade Utveckla företagandet Utveckla kommunikationer inkl bredband <u>Utveckla samverkan och samarbete</u> Utveckla integration och jämställdhet Tillvara ta innovativa idéer Utveckla kulturen Utveckla service Skapa fler mötesplatser <u>Locka hit människor, gärna yngre</u> Satsa mer på matkultur, lokal mat Mot mer förnyelsebar energi Kompetens utveckling Diversifiera jordbruket	<u>Attityder, jantelagen</u> Svårt att hitta nya entreprenörer Generationsskifte Svårt att föryngra föreningslivet Utflyttning/nedläggning av industrier Svårt att vidmakthålla gods och livsmedelsservice Högt drivmedelspris <u>Miljöpåverkan</u> Grundläggande service saknas Vindkraftverk Ökad internationell konkurrens Urbanisering Centralstyrt <u>Försämrade service, kommunikationer, bredband</u> Bristande samordning Negativ befolkningsutveckling Hög arbetslöshet Misstänksamhet mot EU För många låginkomsttagare Kapitalbrist Få bostäder, lediga tomter Konkurrens från andra regioner

(Thorgren 2015)

I majoriteten av strategierna presenteras *närheten till något* som en av de främsta styrkorna. Vilken typ av närhet som är styrkan beror på var Leaderområdet befinner sig. I Leaderområdet Södertälje är *närheten till storstaden* en styrka.

*”Inom området finns, bl.a. tack vare närheten till Stockholm, men också till följd av en lång historia av pedagogisk-ekologiska initiativ möjligheter att ordna besök kring livsstilsfrågor.”*  
(Södertälje:21)

I Leaderområdet Lappland är det *närhet till fjäll och kust* som är områdets styrka (Lappland:17). Vilken typ av närhet som är områdets styrka skiljer sig åt beroende på var i landet som Leaderområdet befinner sig. Lappland nyttjar det som inte går att nå i staden, det vill säga fjäll. Medan Leaderområdet Södertälje ser närheten till stadens puls som en styrka. Leaderområdena ser styrkor i sin närhet oavsett var de befinner sig.

Med kunskapen om att styrkor, möjligheter, svagheter och hot kan skilja sig åt beroende på områdets geografiska förutsättningar är det ändå värt att kommentera deras likhet. Att det är möjligt att göra en sammanställning på detta vis är ett tecken på att deras nulägesanalyser är lika. Kanske är detta en indikation på att Sveriges landsbygd står inför liknande utmaningar, även om stadens närhet ibland är en styrka eller dess frånvaro en svaghet.

Kärnan i strategierna är de insatsområden och insatser som de har valt att arbeta inom för att uppnå sina mål med Leadermetoden. Insatsområden är beskrivningar av de områden de kommande insatserna skall passa in under. Alla strategier har insatsområden, vilka kan ses som en typ av inramning av insatserna och målen. Det är intressant att undersöka hur stor del insatserna tar av strategins totala sidantal. Det ger en bild av hur utförliga strategierna är. Nedan presenteras en sådan sammanställning. Den innehåller också antalet bilder och tabeller som finns, vilket ger en uppfattning om hur stor del av strategin som är flytande text.

*Figur 5 Sammanställning urval av strategierna*

Leaderområde	Antal Bilder	Antal Tabeller	Totalt sidantal	Insatsernas storlek i % av hela strategin
Blekinge	14 (små)	5	21	62
Astrid Lindgren	1	1	28	38
Bergslagen	1	4	18	28
Falun-Borlänge	0	3	24	38
Gotland	0	8	43	16
Snapphanebygd	24 (små)	4	41	20
Lappland	0	8	56	37
Nedre Dalälven	0	4	69	48
Sjuhärad	0	7	28	32
Skåne nordväst	7	2	37	30
Södra fjällen	0	6	37	16
Timrå	4	12	37	27
UROSS	3	10	45	22
Västra Skaraborg	0	16	23	13
Ystad-Österlen	30 (små)	3	56	41
Västra Småland	0	11	26	15
Mare Boreale	0	8	24	17
Mitt i Småland	1	11	17	18
Södertälje	0	4	28	29

Terra et Mare	0	8	37	27
Växtlust	0	6	22	27
Åres Gröna Dal	2	12	32	19

(Thorgren 2015)

- Tabellens resultat är beräknade exklusive framsida och bilagor.
- Procentsiffrorna och sidantal är avrundade.
- Det som inte är bilder eller tabeller räknas som text, i flytande eller punktform.
- Den sista kolumnen visar hur stor del i procent som insatsområdena med nationella mål, områdets insatser, eventuella delmål och indikatorer tar av strategins totala sidantal.
- Schematiska bilder räknas som tabell.

Storleken på bilderna och tabellerna skiljer sig åt mellan strategierna, från cirka 1/10 – 1 A4. Det är tre Leaderområden som i sina strategier har använt sig av små bilder vilket nämns i tabellen efter siffran med ”(små)”. Bilderna i de tre strategierna har inte tagit lika stor plats som de andra strategiernas bilder. Strategierna innehåller till allra störst del flytande text. Är insatsområdenas storlek mindre har större plats givits till bakgrundsfakta, information om organisationen och dess arbetssätt. Bergslagens strategi är 18 sidor lång medan Nedre Dalälvens strategi är 69 sidor lång. Trots sidantalets skillnad innehåller de likartade delar men det visar att den senare är mer beskrivande. Båda strategierna innehåller fyra tabeller och Bergslagens strategi innehåller en bild. Sidantalet har inte ett tydligt samband med bilder och tabeller.

Tabeller och bilder skapar olika förhållningssätt till läsaren, gemensamt för alla strategier är att de med sina få eller små bilder ger ett sakligt intryck, vilket tabeller också gör. Att strategierna ger ett sakligt intryck är inte särskilt märkligt då de är politiska dokument som ska genom ett antal förslagna åtgärder uppnå ett mål. Även om Leaderområdenas beskrivningar av områdets infrastruktur, befolkning och näringsliv visar var i landet de befinner sig, innehåller strategierna likartade delar och struktur. Strategin är en ansökan om att bilda ett Leaderområde som kräver en viss formalia och ett visst innehåll, vilket i allra högsta grad kan ha påverkat strategiernas generella struktur och är en förklaring till varför de är så pass lika. Strategins utförlighet verkar däremot inte varit lika hårt reglerat. De strategier som inte är lika utförligt beskrivna kan öppna för mer tolkning medan de strategier som mer noggrant beskriver insatser är tydligare vägvisare.

## 5.2 Strategiernas målsättningar

I denna del av kapitlet presenteras de målsättningar som finns i strategierna. Leadermetoden ingår i ett internationellt program som anpassas efter Sveriges och Leaderområdenas förutsättningar, därför finns dessa målsättningar på olika nivåer. Vissa målsättningar påverkar alla Leaderområden och andra får de själva ta fram. Inledningsvis presenteras de målsättningar som Leaderområdena måste förhålla sig till. Därefter presenteras deras *egna* målsättningar, vilka presenteras i fyra teman.

### 5.2.1 Fastställda referensramar

*”Arbetsmetoden innebär att privat, offentlig och ideell sektor arbetar tillsammans för att stärka företagsamhet och konkurrenskraft på landsbygden. För perioden 2007-2013 ingår Leader som en del i EU:s landsbygdsprogram.”* (Lapland:4)

Precis som det står skrivet i Lapplands strategi är Leader en del i Landsbygdsprogrammet. Leadermetoden ska bidra till att Landsbygdsprogrammets målsättningar (de tre axlarna) uppfylls. I strategierna har kopplingar gjorts mellan Leaderområdets insatser och Landsbygdsprogrammets mål.

*”Leader Gotland kommer att möjliggöra för sektorsövergripande breda projekt där jord- och skogsbruksföretag samt andra företag och aktörer ges möjlighet att samverka för att uppnå det övergripande nationella målet, att bevara och utveckla ett attraktivt landskap och en levande landsbygd och stimulera omställningen till en resurseffektiv och hållbar produktion.”* (Gotland:30)

Leaderområdena måste anpassa sina strategier till en viss bakgrund och krav som kommer med Landsbygdsprogrammet. Det är inom Landsbygdsprogrammets ramar som Leaderområdena har tagit fram egna insatsområden.

*”Utifrån fastställda referensramar har Leader Gotland skapat sin egen profil där avsikten är att programmets insatser ska skapa långsiktiga effekter för den gotländska landsbygden.”*

(Gotland:3)

Gotlands, likt andra strategiers mål, kan härledas till de *fastställda referensramarna* - referensramarna kommer inte bara med Landsbygdsprogrammet. Det är inte bara Landsbygdsprogrammets mål som måste beaktas utan också andra mål som finns i det ingående området. De måste också förhålla sig till olika lokala målsättningar.

*”Strategin går i samklang med de olika lokala, regionala och nationella mål som är aktuella samt med den skärgårdsstrategi som har arbetats fram och som också avser Mare Boreale-området.”* (Mare Boreale:14)

Däremot är det främst Landsbygdsprogrammets - och det regionala utvecklingsprogrammets mål som nämns i strategierna. Regionala utvecklingsprogrammet är en regional strategi för hur man ska arbeta med Landsbygdsprogrammet. Dessa två styrdokuments mål kan antas som strategiernas huvudmål.

### 5.2.2 Leaderområdenas *egna* målsättningar

*”Åtgärder som stärker företagande och entreprenörskap i jord- och skogsbruk, turism och inom andra näringar på landsbygden”* (Södertälje:23)

Genom Leaderområdet Södertäljes insats blir målet synligt, de vill stärka företaget på landsbygden. Detta ska i sin tur bidra till att de arbetar för att uppnå huvudmålen. Leaderområdenas insatsområden och insatser presenteras på olika sätt. I Åre Gröna Dalars strategi presenteras Landsbygdsprogrammets tre axlar som deras insatsområden. Under varje insatsområde presenteras potentiella insatser. Nedan är ett utdrag från Åre Gröna Dalars strategi.

*Potentiella insatser under axel 3:*

- *”Lokala skötselplaner, bygdebanser och samarbeten om leder*
- *Öppna Forum för gränsöverskridande samverkan*
- *Effektivt partnerskap och samverkan. Dialoger kring bygden som en företagsekonomisk enhet*

- *Insatser för ökad resiliens (stärkt förmåga till att klara förändringar)*
- *Attraktiva boendemiljöer och innovativa boendelösningar*
- *Rekreativmiljöer såsom t ex bygdekontrollerade grönområden, trädgårdsrehabilitering, fjäll-FaR (fysisk aktivitet på recept), besökssträdgårdar, anpassad skolgång m m*
- *Kunskapsöverföring mellan t ex gammal-ung, näringsliv-skola, ungdom-ungdom*
- *Bygdeägd service*
- *Bygdekultur*
- *Ungdomar och ungdomsliv*
- *Lokal finansiering”*

(Åres Gröna Dalar:26-7)

Andra Leaderområden har *skapat egna* insatsområden. I Leaderområdet Ystad-Österlens strategi har insatsområden fått namnen:

Den företagsamma- Den hållbara- Den kreativa och aktiva- Den välkomnande - och Den närande Ystad-Österlenregionen (Ystad-Österlen:24-41).

Insatsområdena i Ystad-Österlens strategi förklaras med en utförlig text. Under varje insatsområde presenteras cirka tio potentiella insatser. Ystad-Österlens insatsområden och insatser presenteras från sida 24 till och med sida 41. Åre Gröna Dalars insatsområden och insatser presenteras från sida 26 till och med sida 28. Dessa två exempel är talande för hur strategiernas insatsområden presenteras och hur det kan skilja sig åt. Majoriteten av Leaderområdenas strategier innehåller *egenbenämnda* insatsområden med potentiella insatser. Oavsett hur insatsområdena presenteras är de flesta föreslagna insatser knutna till Leaderområdet, till platsen. Leaderområdet Åre Gröna Dalar föreslår insatser som ska underlätta för människor att ta sig fram på skotrar, det gör inte Leaderområdet Ystad-Österlen. Sådana insatser visar att strategin är platsbunden. Trots det liknar Leaderområdenas mål varandra, skillnaden kan vara att målet nås genom en skoter- eller cykelväg. Nedan presenteras fyra identifierade teman som ramar in strategiernas mål. De innehåller insatser som är talande exempel för vad Leaderområdena stävar mot.

## **Tema 1 – Det genomgående temat**

Att lyckas göra den ingående landsbygden levande och attraktiv samt öka samverkan och nätverkande är genomgående i alla strategier.

Enligt Leaderområdet Astrid Lindgren kan man genom samverkan arbeta aktivt med kunskapsinhämtning och kunskapsspridning. Det är viktigt för en hållbar samhällsutveckling. Leaderområdet vill föra dialoger och samtal mellan individer och aktörer, till exempel om de nya förutsättningar som miljön står inför. Enligt strategin är den centrala frågan i en allt mer förändrande värld hur vi bereder möjlighet för ett gott liv på landsbygden. Lokalsamhället är också en del i en global utveckling, därför är det viktigt att också agera utifrån det synsättet. De menar att utveckling kräver en helhetssyn och det får man genom olika håll, genom samverkan och nätverkande. *”Nätverkande och samverkan med aktörer såväl lokalt, nationellt som internationellt”* (Astrid Lindgren:12)

Leadermetoden bygger på samverkan mellan olika sektorer, därför är samverkan redan en viktig del av Leader. Gemensamt ansvar ges för områdets utveckling. Samverkan och nätverkande ingår i många av föreslagna insatserna, det uttrycks som en viktig del för att lyckas med insatsen. Vilket en insats från Snapphanebygds strategi visar exempel på:

*”Kompetensutveckling, attitydpåverkan och nätverksbyggande som stödjer entreprenörskap ska utvecklas i samverkan med kommunernas näringslivsföreträdare och entreprenörer.”* (Snapphanebygd:28)

Snapphanebygd vill arbeta med attitydpåverkan och nätverksbyggande som på något sätt stödjer entreprenörskap. Detta ska göras i samverkan med kommunernas näringslivsföreträdare och entreprenörer. För att lyckas med insatsen krävs alltså nätverk och samverkan mellan olika aktörer och individer. Samverkan och nätverkande framstår som viktigt för att lyckas med insatserna som ska utveckla landsbygden. Samverkan ska alltså ske på flera nivåer med olika typer av aktörer, det gäller både projekten och LAG-gruppens arbete.

Strategierna uttrycker sig på ett sådant sätt att samverkan alltid medför något gott. Samverkan är

något som ska öka. Men är samverkan alltid ett ömsesidigt utbyte och nyttiggörs alltid kunskaper? Samverkans komplexitet är inget som lyfts i strategierna. Det som är bäst för vissa aktörer är inte alltid bäst för samhället, det finns motsättningar mellan kollektiv och individuell rationalitet. Det blir också komplicerat att samverka om deltagarna är allt för många, eller om det råder en för stor heterogenitet. Ett ojämnt maktförhållande kan till exempel råda när kommunens representanter ska samverka med lokala människor. Samverkan och nätverkande är knappast enkelt och inte heller gratis, utan det kräver både tid, pengar och uppoffringar av intressen. Samverkans komplexitet är inget som det reflekteras över i strategierna.

Till skillnad från samverkan och nätverkande som också är en del i skapandet av insatserna är det ett tydligt mål att landsbygden ska bli attraktiv och levande.

*”Den främsta målsättningen på lokal nivå är att skapa en levande landsbygd och en attraktiv region för människor att bo i, verka i och besöka” (Ystad- Österlen:23)*

Orden attraktiv och levande är vanligt förekommande i strategierna. Begreppen används på flera olika sätt och dessa sätt verkar självklara eftersom ingen av strategierna beskriver vad begreppen faktiskt innebär.

*”Tillgänglighet och lokal service är viktigt för att skapa en levande landsbygd. Leader Västra Skaraborg vill att fler människor upptäcker området och att fler människor flyttar hit. Ett viktigt led i det arbetet är att på olika sätt bidra till en utveckling av attraktiva livsmiljöer.” (Västra Skaraborg:18)*

*”En förutsättning för att kunna vara en attraktiv region med stark utveckling, är att kunna erbjuda goda förutsättningar för sysselsättning och en livsmiljö attraktiv för ungdomar att stanna kvar i och att återvända till efter avslutade studier på annan ort.” (Västra Småland:4)*

Om området är attraktivt och levande vill människor bo, verka och besöka det. Det finns en tydlig strävan efter en lockande landsbygd och om den är attraktiv stannar människor kvar. En attraktiv och levande landsbygd beskrivs av Leaderområdet Ystad-Österlenregionen som den främsta



målsättningen. Lika betydande uttrycks inte en attraktiv landsbygd i alla strategier men det finns en tydlig strävan mot en mer lockande landsbygd. Dock klargörs det sällan hur de ska lyckas åstadkomma en attraktiv livsmiljö. I utdragen ovan får man veta vissa förutsättningar men ingen tydlig helhet ges för hur attraktivitet ska skapas. Det går att anta att det inte finns attraktivitet i tillräckligt stor utsträckning. Det uttrycks inte heller alltid för vilka som landsbygden ska vara attraktiv.

Attraktivitet är inte ett helt oproblematiskt ord, dels för att det är subjektivt upplevt. Det finns inte bara ett sätt att vara attraktiv på och attraktionskraften kan vara olika stark för olika människor. Genomgående för alla strategiers önskade förändringar är att lyckas göra den ingående landsbygden levande och attraktiv samt öka samverkan och nätverkande. Den komplexitet som dessa begrepp tenderar att innehålla är däremot något som inte nämns. Att begreppen inte ges en snävare beskrivning öppnar för fler typer av insatser. Strategierna innehåller otydliga drag. En fördjupad diskussion kring attraktivitet och de ordval som finns i strategierna presenteras senare i uppsatsen och analyseras med hjälp av diskursanalys.

## **Tema 2 - Fungerande Näringsliv**

De mest återkommande insatserna och målen sammanfattas nedan och finns främst inom axlarna 1 och 3.

- Utveckla nya och befintliga företag
- Skapa nya arbetstillfällen
- Tillvarata företagsidéer, entreprenörsanda och innovationer
- Konkurrenskraftigt och diversifierat näringsliv
- Turism
- Fungerande service, infrastruktur, kommunikationer och bredband

*”Leadermetoden har också visat sig vara innovativ och skapat mervärde när det gäller entreprenörskap och nya företag eller diversifieringar av företag. [...] Det övergripande målet är att medverka till att utveckla nya försörjningsmöjligheter och företag på landsbygden. Vi vill genomföra detta genom att stötta och underlätta för entreprenörer att våga utveckla sina idéer*

*och att undanröja hinder för detta.” (Blekinge:12)*

Utdraget från Blekinges strategi är ett talande exempel på hur strategierna uttrycker vikten av ett fungerande näringsliv. Företagandet ska underlättas och gynnas, företagsidéer och innovationer ska kunna tas tillvara. Då öppnas möjligheten för att fler nya och befintliga företag utvecklas, vilket i sin tur leder till nya arbetstillfällen.

*”För att initiera en sådan utveckling krävs att stöd ges till verksamheter som stimulerar entreprenörsandan i byar och bygder.”(Falun-Borlänge: 14)*

Ordet entreprenörsanda finns i ungefär hälften av strategierna, entreprenörsandan beskrivs som något som måste prioriteras och vårdas. En av dessa strategier beskriver vad begreppet innebär. Leaderområdet Växtlust beskriver begreppet på följande sätt: *entreprenörsanda = energiska människor* (Växtlust:7). Alltså vill man stödja verksamheter som kan stimulera energiska människor.

För att lyckas gynna näringslivet krävs också ökad samverkan. Precis som utdraget nedan från Bergslagens insatsområde – *nya försörjningsmöjligheter i Bergslagen* beskriver är företagande ibland svårt på landsbygden, majoriteten av Leaderområdena uttrycker svårigheter kring företagande. Framgångsfaktorer kan vara hårt arbete och samarbete.

*“Människors försörjning genom förvärvsarbete och eget företagande är ett grundläggande villkor för all samhällsutveckling. Vi står inför ett läge där de stora arbetsgivarna i bästa fall kan behålla oförändrad bemanning och många mindre företag riskerar att läggas ner till följd av hög ålder bland deras ägare. LEADER Bergslagen vill arbeta för ett ökat samspel mellan större och mindre aktörer, där utbyte av erfarenheter kan vara till gagn för båda parter.” (Bergslagen:13)*

Det är inte bara sysselsättningen som ska öka i Leaderområdena, det ska också konkurrenskraften göra. I Snapphanebygds strategi står det att *”Sverige är ett av de länder som har lägst konkurrenskraft på jordbruksvaror och livsmedel.”* (Snapphanebygd:28) De uttrycker vikten av att värdena i produkterna måste öka och kommer med förslag på hur konkurrenskraften ska öka

genom utveckling av nya affärs- och verksamhetsidéer (Snapphanebygd:30). För att lyckas skapa ett konkurrenskraftigt område krävs också ett diversifierat näringsliv som i sin tur främjar sysselsättningen (Gotland:30). I majoriteten av strategierna beskrivs den ena insatsen gynna den andra, som att näringslivets olika delar hänger samman.

Det finns en näring som majoriteten av Leaderområdena vill fokusera extra mycket på och det är turistnäringen. Det kan handla om allt från marknadsföring till nytt material.

*”Det finns många mycket småskaliga turismverksamheter som har svårt att ta steget vidare för att uppnå tillräcklig lönsamhet och ökad sysselsättningseffekt. Ett av problemen i det sammanhanget är säsongsb beroendet inom turismen. Leader kan förbättra situationen genom stöd till gemensamma satsningar på lokal och övergripande nivå inom i första hand produktutveckling, kompetenshöjning och marknadsföring.”* (Neda:16)

Precis som det står i utdragen från Nedre Dalälvens strategi är säsongsb beroendet inom turismen en utmaning. Särskilt i de mer norra delarna av Sverige som har ett starkt vintersportliv. Det som turismen gör till skillnad från andra näringar i större utsträckning är att locka människor, som i sin tur kan locka inflyttning och etablering. Leaderområdet Nedre Dalälven är inte ensamma om att beskriva naturens nyttigheter och att den kännetecknas av höga natur- och kulturvärden. Ett sådant landskap har goda förutsättningar inom turism (Neda:29). Förutsättningar för ett levande företagande och för att kunna tillvarata entreprenörsandan och innovativa idéer - är fungerande service, infrastruktur, fungerande kommunikationsvägar både i form av faktiska vägar för transporter och i form av bredband. I Sjuhärads strategi står det skrivet att vägar, bredband och infrastruktur kräver utveckling. Vilket är en förutsättning för att människor ska vilja bosätta sig i där (Sjuhärad:11). Alla Leaderområden vill arbeta för att utveckla infrastruktur och kommunikationer. Många olika typer av insatser rymmer inom denna del. Nedan följer några exempel:

Insatsområde: *Öka lokala basservice nivån*

*”Befintlig basservice ska hållas på samma nivå eller utvecklas ytterligare. Vid avsaknad av basservice i vissa områden ska dessa ha åtgärdats genom etablering av nya*

*basserviceinrättningar.” (Sjuhärad:26)*

Insatsområde: *Förbättrad infrastruktur*

*”Att ge samma förutsättningar för företagande oavsett var i regionen verksamhet ska bedrivas”*  
(Västra Småland:20)

Insatsområde: *Social ekonomi*

*”Nya lösningar med hjälp av nya samarbetsformer mellan privat, offentlig och ideella organisationer ska stimuleras för att bevara och utveckla service i både byar och samhällen och öka dess attraktivitet.” (Lappland:47)*

Vissa av de insatser som strategierna föreslår innehåller drag från liberalismens syn på ekonomi. Hit hör exempelvis tal om att gynna konkurrenskraft för att det i sin tur höjer livskvaliteten för människor. Viljan att lyfta den enskilda människan för personlig utveckling (O’Neil 2010:88). Leaderområdena vill stärka den lokala ekonomin och näringslivet, som också måste stödjas av lokal infrastruktur och service. Man måste få företag att vilja stanna i det lokala området. Leaderområdena är medvetna om de konkurrerande förhållandena som råder. I slutändan handlar insatserna i detta tema främst om att lyckas bevara de individuella krafter och initiativ som finns i det lokala.

### **Tema 3 - Miljömässig hållbar utveckling**

De mest återkommande insatserna och målen sammanfattas nedan och finns inom axlarna 1, 2 och 3. Det är främst under detta tema som åtgärder motiveras inom axel 2.

- Hållbara lösningar
- Natur och kulturmiljöer

Strävan efter *hållbara lösningar* innehåller olika insatser och mål. En hållbar lösning bidrar till en hållbar utveckling. Inom hållbara lösningar finns satsningar på:

- Lokal och hållbar livsmedelsproduktion/förädling/försörjning.

- Resurser måste nyttjas hållbart
- Biologisk mångfald
- Minskad miljöpåverkan
- Förnyelsebar energiförsörjning

I Södertäljes strategi inom insatsområdet - *skapa förutsättningar för framtida miljölösningar*, presenteras insatser som att enskilda individer och aktörer ska få coachning för att hitta nätverk där de kan utveckla idéer för hållbara lösningar. Föreningen vill våga bevilja initiativ för pilotprojekt inom hållbar utveckling. Lyckas skapa sammanhållna planer för vatten, energi och klimatgaser. Arbeta för en landsbygd fri från fossilbränsleberoende (Södertälje:20).

Leaderområdet Roslagen och Stockholms skärgård beskriver energi som ett område där det behövs nytänkande. Att vi ska sträva mot mer hållbara och annorlunda lösningar. Samverkan är också viktigt för att finna hållbara lösningar i området, deras målbild inom insatsområdet *energi* är (Uross:39):

- Ökad lokal producerad energi
- Minskat el- och oljeberoende
- Ökad robusthet och minskad sårbarhet
- Minskad klimatpåverkan

I Leaderområdet Ystad-Österlens insatsområde *Den hållbara Ystad-Österlenregionen* har man som mål att: *”Bruka landskapet så att biologisk mångfald och livsmedelsproduktion inte sätts i motsats till varandra samt att vår användning av odlingslandskapet inte leder till ökad belastning av bl.a. växtnäring och klimatgaser. Vidare har vi betonat vikten av energieffektivitet och lokal produktion av energi samt att konsumenten i vår region kan påverka utvecklingen av t.ex. ekologisk odling genom medvetna val.”* (Ystad-Österlenregionen:42)

Inom detta tema finns det mål om att vårda naturen och klimatet i området samt vårda kulturmiljöer som är av högt värde. Att lyckas synliggöra och tillgängliggöra kultur- och naturvärden framstår också som något viktigt i majoriteten av strategierna. Dessa ska

tillgängliggöras dessa genom vägar, stigar, marknadsföring, informationsspridning och restaureringar.

*”Det finns många attraktiva natur- och kulturmiljöer som är mer eller mindre okända för allmänheten och som kan förbättras, skyltas och marknadsföras och därmed integreras i ett utökat aktivitetsutbud i området.” (Södra Fjällen:25)*

Alla strategier beskriver en kärlek till sin natur likt Timrå *”Vi i Timrå är begåvade med en fantastisk natur [...]”*(Timrå:22) Naturen måste värnas om och det är ohållbart att förstöra en av områdets viktigaste resurser genom att satsa på ogenomtänkta lösningar. I Timrås strategi beskrivs vikten av ett väl avvägt nyttjande av naturresurser utan att förstöra dessa långsiktigt (Timrå:23). Majoriteten av Leaderområdena ser på miljömässig hållbar utveckling likt Leaderområdet Timrå. Det är inte bara insatserna som liknar varandra, utan även grunden till insatserna, att dagens utveckling är ohållbar.

Strategierna skapar en bild av att vi står inför hot som kan förstöra miljön. Många av insatserna inom temat handlar i slutändan om att öka områdets förmåga att motstå störningar. Att Leaderområdena utan tvivel skriver om klimatförändringar och global uppvärmning visar att de har en global omvärldsbild. Att områdena måste förhålla sig till mer än de lokala förutsättningarna.

#### **Tema 4 - Brobyggande**

De mest återkommande insatserna och målen sammanfattas nedan och finns främst inom axel 3.

- Öka befolkningen
- Ett rikt föreningsliv, kulturliv
- Lokalt engagemang, gemenskap
- Aktiv fritid
- Mötesplatser
- Lokal identitet och attityder
- Varumärke

- Landsbygdsprogrammets horisontella principer

*”Vad alla beskrivna behov inom olika områden har gemensamt är att de ska underlätta för och locka människor, i första hand ungdomar och barnfamiljer, att stanna kvar i regionen och att dessutom locka människor utifrån att flytta hit. Attityden om att det bara är bakåtsträvarna, pensionärer och sävliga norrlänningar som bor kvar måste förändras. Vi måste visa att vi är lika utvecklingsbara och framåt som den mest inbitne stadsbon, och att området är det bästa alternativet för småbarnsföräldrar att bosätta sig i. Vårt absolut största behov är alltså att öka områdets befolkning.” (Lappland: 24)*

Den sista meningen i utdraget är något som majoriteten av Leaderområdena belyser som oerhört viktigt, mot bakgrunden att de idag har en negativ befolkningsutveckling. Den har pågått så pass länge att behovet av att vända den är viktigt. En negativ befolkningsutveckling kan göra att livet på landsbygden blir ohållbart för många.

*”Med allt glesare och ett vikande befolkningsunderlag blir det allt svårare att upprätthålla nivån för olika former av samhällsservice exempelvis; vårdcentraler, tandläkare, bank, affär, post mm.” (Mare Boreale:7)*

Ett av Leaderområdet Mare Boreales insatsområden är *befolkning*. Inom insatsområdet ska arbeta för att förbättra livsmiljö och samhällsservice samt försöka skapa fler arbetstillfällen för kvinnor och ungdomar (Mare Boreale:18). Insatser för att öka befolkningen finns i alla strategier förutom Terra et Mare och Södertäljes. Målet att *öka befolkningen* är mer komplex än att genom endast en insats lyckas göra det. För att öka befolkningen krävs andra insatser även inom de övriga teman. Detta mål liknar målen i det genomgående temat.

Att satsa på insatser som höjer det ingående områdets livskvalitet kan öka inflyttningen. En hög livskvalitet finns i områden som har ett rikt förenings- och kulturliv, lokalt engagemang, god gemenskap, en aktiv fritid och attraktiva livsmiljöer. Den sammanfattningen överensstämmer med vad som framkommer i strategierna.

*”Ett lokalt engagemang och omfattande föreningsliv som bidrar till en god folkbildning, möjliggör att kreativa tankar kan resultera i handling.” (Åre: 27)*

Ett lokalt engagemang och ett rikt föreningsliv öppnar för ökad gemenskap, ett rikt föreningsliv kan också bidra till en aktiv fritid. Insatser inom detta tema handlar dels om att stärka gemenskapskänslan, att fånga och stödja engagemanget. *”Stödja byalag, föreningars och ungdomars engagemang och utveckling”* (Mitt i Småland:15). Leaderområdet Ystad-Österlen vill prioritera insatser som *”stärker gemenskapskänslan och stoltheten för den egna bygden”* (Ystad-Österlen:34)

För att lyckas är mötesplatser väsentliga för att skapa livskvalitet och allt vad de innebär.

*”Behovet av mötesplatser i samhället är stort och det är därför angeläget att stödja ett nytänkande där traditionella mötesplatser utvecklas och stärks och nya tillkommer. Det kan t ex handla om insatser som ger mötesplatser ett innehåll och utbud som attraherar unga eller som leder till ökad integration. Stöd ges i första hand till projekt som handlar om att utveckla nya metoder och nyskapande innehåll.”* (Astrid Lindgren:14)

För att människor ska mötas och genom engagemang lyckas skapa en god samhällsutveckling beskriver många Leaderområden att ett attitydarbete måste göras. I Bergslagens strategi står det att om människor har känslor för bygden skapas en lokal identitet. Den lokala identiteten gör att det finns vilja att värna om bygdens utveckling (Bergslagen:13). För att förändra attityder vill Mare Boreale testa nya vägar och utmana normer. Detta kan göras med djärva tankar och driftiga människor. Genom ett attitydarbete kan infekterade konflikter lösas och som i sin tur kan leda till ökad samarbetsvilja och känsla för området (Mare Boreale:14).

Insatserna och målsättningarna inom temat handlar inte bara om att bygga broar mellan människor i det ingående området. Majoriteten av Leaderområdena beskriver också vikten av att profilera sig utåt genom marknadsföring och informationsspridning. Leaderområdet Roslagen och Stockholms skärgård vill marknadsföra områdets attraktionskraft och områdets mervärde för att locka både potentiella inflyttare och besökare (Uross:36).



Alla strategier utom Astrid Lindgren, Västra Skaraborg och Västra Småland innehåller alla eller delar av de horisontella principerna. Ett fåtal Leaderområden har adderat ytterligare en eller två principer. Falun-Borlänges strategi innehåller principen demokrati (Falun-Borlänge:15). Nedan presenteras två exempel på insatser som fokuserar på principerna.

*”Att arbeta med ett tydligt barn- och ungdomsperspektiv syftar till att säkerställa att ungas intressen tydliggörs i samhället. En viktig aspekt i detta är att det inte enbart handlar om barn och unga som föremål för olika satsningar, utan ännu viktigare är möjligheten för barn och unga att själva initiera, driva och delta som aktörer i olika projekt.”* (Skåne nordväst södra:28)

*”Kvinnor och män ska ha lika rättigheter, skyldigheter och möjligheter. Jämställdhet är en angelägenhet för hela samhället. Insatser som gör manliga eller kvinnliga arbeten attraktiva för det motsatta könet kommer därför att uppmuntras. Eftersom manligt företagande dominerar, strävar projektet efter ett ökat kvinnligt entreprenörskap likaväl som att tillgodose ett jämställt deltagande i de olika delprojekten och huvudprojektets övriga aktiviteter.”* (Falun-Borlänge:15)

### 5.2.3 Översättning av Landsbygdsprogrammet

*”En hållbar utveckling innebär att hitta en balans mellan att använda och bevara naturen. När något är hållbart är det ett samspel mellan miljö, ekonomi, sociala och kulturella frågor.”* (Timrå:22)

På liknande sätt motiverar majoriteten av Leaderområdena en hållbar utveckling. Sättet att motivera hållbar utveckling är likt den motivering som finns i Landsbygdsprogrammets tre axlar. Axel 1 handlar kortfattat om att förbättra jord och skogsbrukets konkurrenskraft och utvecklingskraften hos företag. Axel 2 handlar om att förbättra miljön och på så sätt landsbygden, bevara och utveckla ett attraktivt landskap. Axel 3 handlar om att förbättra livskvaliteten i form av attraktiva miljöer, bredda företagande och främja utveckling av landsbygdens ekonomi. Tillsammans skapar de tre axlarna en strävan efter en ekonomisk, miljömässig och social hållbar utveckling.

De teman som har identifierats har kopplingar till Landsbygdsprogrammets tre axlar. Många av de insatser och mål som finns i strategierna omformulerar det som redan står i Landsbygdsprogrammet, fast har anpassats till lokala förutsättningar. Det är tydligt att Leaderområdena vill arbeta med att uppnå huvudmålen. Landsbygdsprogrammets målsättningar har ett tydligt grepp om den landsbygdsutveckling som förs i Leaderområdena.

### 5.3 Strategiernas öppenhet

I denna del av kapitlet presenteras kopplingarna mellan Leaderområdenas strategier och de projekt som har beviljats genom Leadermetoden. I bilaga 1 presenteras arbetet med tre av de 22 Leaderområdets beviljade projekt. Projekten i bilagan är sammanfattade och ger en bild av vad Leaderområdet har arbetat med under Leaderperioden. Därefter har de kopplats till de målsättningar som finns i strategin. De tre sambandsundersökningarna som presenteras är talande exempel för Leaderområdenas samband mellan strategi och projekt. De resultat och analyser som presenteras i denna del bygger på sambandsundersökningar med alla 22 Leaderområdets strategier och beviljade projekt.

Majoriteten av Leaderområdena har inte lyckats förverkliga alla de föreslagna insatserna genom projekt. Det kan också bero på att söktrycket från lokalbefolkningen har varit mindre än väntat, åtminstone för en del av åtgärderna. Eller att Leaderområdena har haft större visioner än vad som varit möjligt att förverkliga inom programperioden och kanske med den givna budgeten. Några av strategierna innehöll ett önskat antal beviljade projekt efter programperiodens slut. Inga av dessa områden lyckades uppnå sitt mål. Leaderområdet Terra et Mare hade som mål att ge stöd till minst 156 verksamheter, men antal godkända projekt är endast 92 stycken. Leaderområdet Södertälje hade som mål ge stöd till 75 projekt, men istället beviljades endast 33 projekt.

Gemensamt för vissa Leaderområden är att de har fokuserat mer på vissa delar av strategin, som Leaderområdet Snapphanebygd vilken har följande insatsområden:

*Näringsliv, kommunikationer och infrastruktur, levande ungdoms och föreningsliv samt ett rikt*

*kulturliv, besöksnäring och turism, miljö och landskap, biologisk mångfald och omväxlande natur, tysta områden (rekreationsområde), skogs och jordbruk, utbildningsmöjligheter.*

Under varje insatsområde finns föreslagna insatser. Med alla dessa insatsområden och insatser är det inte konstigt att Leaderområdet inte har lyckats arbeta inom alla delar. Leaderområdet Ystad-Österlen har däremot berört alla sina insatsområden ungefär lika mycket, men inte alla föreslagna insatser.

Antingen har Leaderområdena arbetat inom alla insatsområden men inte så omfattande som de velat enligt strategin, eller så har de endast lyckats beröra vissa av insatsområdena. Eftersom något av dessa två exempel gäller för alla Leaderområden kan man fundera över om de föreslagna insatser och mål är satta för att de förväntar sig att nå dem, eller om de målar upp en bild av vart de vill komma, även om det är orealistiskt inom programperioden. Leaderområdena kanske har velat uttrycka viljan att nå dit, men att de redan från start varit medvetna om sitt nederlag. Strategin varar ett visst antal år och bör innehålla ett rimligt antal insatser och mål, därför är resultatet inte helt lyckat.

En del av de beviljade projekten är förstudier eller kartläggningar som senare kan komma att bli ett projekt inom Leader. Av databasens första 400 projektbeskrivningar innehåller 105 ordet förstudie, vilket ger en indikation på hur många förstudier som utförts. Leaderområdet Blekinge är ett av de områden som stod för flest förstudier och kartläggningar i förhållande till beviljade projekt. Dock verkar de varit medvetna om behovet eftersom det är inskrivet i strategin. Både under presentationerna av arbetet med axel 1 och 3 står det:

*”Här skall stöd kunna ges vid idéutveckling, förstudier, analyser, marknadsundersökningar, gemensam informationsspridning samt kompetensutveckling.”*(Blekinge:7-8)

Däremot framgår det inte i någon av strategierna att antalet kartläggningar och förstudier ska vara så pass många som de faktiskt är. Förstudier och kartläggningar kan motiveras eftersom de senare kan komma att uppfylla målen. Så länge det är förstudier uppnås däremot inte målen som finns i strategierna, och kan på så sätt inte räknas som projekt med måluppfyllelse.

Majoriteten av Leaderområdena beskriver de horisontella principerna som en viktig del av sin strategi. Majoriteten av de horisontella principerna är synliga i en del av de beviljade projekten. Alla Leaderområden har på något sätt arbetat med kompetenshöjning, miljö och hållbar utveckling. Fokuset på ungdomar har också beaktats i minst ett projekt av alla Leaderområdenas beviljade projekt. Arbetet med integration, kvinnor och jämställdhet har inte fått lika stort utrymme i de beviljade projektens projektbeskrivningar. Fokuset på kvinnor och jämställdhet är allra minst. Integration nämns sammanlagt 25 gånger i projektbeskrivningarna som är cirka 1400 stycken. Kvinnor/kvinnligt nämns tolv gånger och jämställdhet nämns endast en gång, och det i ett av Västra Skaraborgs projekt. Ungdomar nämns 137 gånger i projektbeskrivningarna. När de andra horisontella principerna som kompetenshöjning och miljö nämns i projektbeskrivningarna borde även kvinnor eller jämställdhet göra det. Det är en intressant notering, men om de principerna har beaktats i projekten utan att det står med i projektbeskrivningarna, ligger utanför studiens ramar att undersöka. Det sägs uttryckligen i strategierna att inom Leader förväntas man arbeta mest med projekt med anknytning till Landsbygdsprogrammets axel 3. De delar av strategierna som berör axel 3 har därför prioriterats mest.

Nedan presenteras två exempel på hur kopplingarna mellan strategins berörda delar och beviljade projekt kan se ut:

**Exempel:** Leaderområdet Mitt i Småland vill stärka gemenskapskänslan, fånga och stödja engagemanget. *”Stödja byalag, föreningars och ungdomars engagemang och utveckling”* (Mitt i Småland:15). Det målet har samband med de två beviljade projekten nedan:

*”Från Högsbyortens Biodlarförening har det inkommit en ansökan som syftar till att utveckla Högsbyortens Biodlarförening så att fler människor blir biodlare, främst kvinnor, invandrare och arbetslösa.”* (Projekt 459)

*”Från Folkets Hus föreningen i Sävsjö har det inkommit en ansökan som syftar till att öka kännedom och kunskap om kommunens identitet genom att lyfta fram historiska händelser som finns i Komstad”* (projekt 489).

**Exempel:** Leaderområdet Ystad-Österlen vill prioritera insatser som *”stärker gemenskapskänslan och stoltheten för den egna bygden”* (34) Målet har samband med projekten nedan:

*”Att i samarbete med gamla, nya, inflyttade, utflyttade och hemvändande bybor producera och sprida den första boken någonsin om Simris [...] Att genom boken och arbetet med att producera denna bidra till att förstärka engagemanget för och gemenskapen i byn, och uppmuntra både till vidare grävande i Simris mycket intressanta forntid och till att se nya möjligheter för dess utveckling.”* (projekt 716)

*”Utveckla byn sockenstuga till en mötesplats för kurser o konferenser o socialt liv. Sockenstugan ska bli ett nav i bygdens gemenskap o utveckling.”* (projekt 707)

Under sambandsundersökningarna har det blivit tydligt att projekten rör sig inom målen. Strategierna utgör delvis den grund som de ska. Leaderområdena har arbetat mot målen även fast de inte nått alla. Med tanke på att målen är vida öppnar de för många olika typer av projekt. Leaderområdet Mitt i Småland vill stödja byalag och föreningar. Det kan vara allt från en biodlingsförening till en teatersammanställning. Man kan istället ställa sig frågan, hur svårt är det att inte lyckas koppla strategi och projekt? Vissa delar av strategiernas föreslagna insatser och mål är dessutom mångtydiga, detta resonemang fördjupas i uppsatsens nästa del.

## 5.4 Landsbygdsutvecklingens egna språk

Denna del av kapitlet är främst av analyserande karaktär och analyseras med hjälp av diskursanalys. Som tidigare presenterats finns kopplingar mellan strategi och beviljade projekt. Men sambandet påverkas av betydande faktorer, vilka kommer att lyftas fram i denna del.

Strategiernas mål är öppna och olika typer av projekt kan passa in under samma mål. Leaderområdena använder sig också av mångtydiga begrepp i strategierna. Användandet av sådana begrepp noterades tidigt i undersökningen. Dessa anses självklara i sitt sammanhang då

det inte finns förklaringar av begreppen. Men vad innebär dessa ord egentligen och hur påverkar mångtydiga ord sambandet mellan strategin och projekt?

*”Leader Västra Skaraborg vill att fler människor upptäcker området och att fler människor flyttar hit. Ett viktigt led i det arbetet är att på olika sätt bidra till en utveckling av attraktiva livsmiljöer.”* (Västra Skaraborg:18)

För de människor som tar del av strategin kan ”attraktiva livsmiljöer” tolkas på olika sätt eftersom begreppet aldrig förklaras. Att sträva efter attraktiva livsmiljöer öppnar för olika insatser. Egentligen sägs inte vad som ska göras utan vad det ska skapa – attraktivitet. Man vill göra livsmiljöerna lockande. Det kan antas rimligt om inte självklart att sträva emot en attraktiv landsbygd, inte en fränstötande och motbjudande landsbygd. På så sätt blir insatsen något intetsägande eftersom det inte sägs *hur* man ska lyckas skapa en attraktiv landsbygd. Attraktivitet figurerar i strategierna som ett horisontellt tema. Att skriva om *landsbygdens attraktivitet* på ett sådant sätt som det görs, gör att Leaderområdena kan antas ta del av en attraktivitets diskurs. Attraktivitetsdiskursen är ett visst sätt att skriva om landsbygden. Ett sådant sätt att skriva återfinns i andra politiska dokument. Leadermetoden beskrivs av Jordbruksverket som:

*”Det behövs företagsamma människor för att skapa en konkurrenskraftig och attraktiv landsbygd. Leadermetoden är ett sätt att lyfta fram och samordna krafterna!”* (Jordbruksverket c)

Leadermetoden ska alltså hjälpa till att göra landsbygden attraktiv och strategierna ska ligga till grund för skapandet av en attraktiv landsbygd. Vad Leaderområden väljer att applicera på begreppet attraktiv kommer i sin tur att påverka området och på så sätt påverkar diskursen samhället. Att sträva efter attraktivitet är en del av den sociala praktiken som kommer med Landsbygdsprogrammet som under axel 3 använder begreppet för att beskriva mål. Men vad innebär det egentligen att sträva efter attraktivitet? Det är väl ingen om än få människor som vill ha en motbjudande landsbygd. Att motivera insatser för att de gör landsbygden mer attraktiv är en enkel väg att ta, men det är också en accepterad väg att ta eftersom det är en del av den sociala praktiken. Ett sådant begrepp som saknar tydlig precisering skapar en otydlighet. För vem vet

vilka projekt som gör landsbygden attraktiv?

Blekinge vill lyckas marknadsföra attraktiviteten *”Vi skulle vilja att vi i Blekinge marknadsför den Blekingska landsbygdens attraktivitet på ett mer effektivt sätt. Vi tror att det bäst skulle kunna göras genom att samla varor och tjänster i gemensam paketering med mervärde för varumärket Blekinge.”* (Blekinge:14)

Utdraget från Blekinges strategi visar ytterligare ett sätt att skriva om attraktivitet. Att begreppet är mångtydigt kan medföra förvirring, både för LAG-gruppen och för de som vill söka stöd. Det är även svårt att utvärdera hur målen har påverkat utfallen när insatsområdena innehåller ett sådant öppet och mångtydigt begrepp som dessutom är ett mål.

Skåne nordväst södra insatsområde – *det goda livet* - handlar om det goda vardagliga livet på landsbygden. Inom detta insatsområde stävar man efter samhörighet, kontinuitet, lyssna till andra och till sig själv samt mot en sinnlig upplevelse av årstiderna.

*”Det goda vardagliga livet på landsbygden i Leader Skåne Nordväst Södra är en upplevelse av samhörighet, kontinuitet, tid att lyssna till sig själv såväl som till andra, en sinnlig upplevelse av årstidernas växling i nära relation med naturen.”* (Skåne nordväst:30)

Inom insatsområde finns bland de prioriterade insatserna nedan:

*”Insatser som gynnar allas möjligheter till ett gott boende i nära relation med kultur- och naturlandskapet genom att utgå från landsbygdens specifika potential i skapande av sunda och attraktiva hus- och bostadsmiljöer. Här är också lokal byggnads- och landskapsvård en viktig utgångspunkt för att bevara och utveckla landskapet och dess byggnader med natur- och kulturlandskapet som utgångspunkt.”* (Skåne nordväst:31)

*“Insatser som gynnar och utgår från de förutsättningar för odling och trädgårdskultur som finns i området.”*(ibid)

Ett gott liv kan man få av ett gott boende som är sunt och attraktivt och dessa boenden ska utgå

från landsbygdens specifika potential. Det kvarstår en del frågor kring hur man ska lyckas med dessa insatser. Vad behöver göras för att man ska lyssna på sig själv och andra bättre? Hur ska befolkningen få en sinnlig upplevelse av alla årstider? Vad är ett gott boende? Följdfrågorna kan bli många, samtidigt kan man hävda att vagheten är nödvändig för att inte i förväg utesluta projekt som kan lyckas uppnå detta. Nedan presenteras ytterligare ett exempel som är talande för insatsernas öppenhet.

*”Mare Boreale vill testa nya vägar, utmana gängse normer och väcka entreprenörsandan till liv. Med djärva tankar och driftiga människor kan regionen utvecklas till en levande och entreprenöriell bygd som undviker och bemästrar problemen genom att upptäcka dem i tid.”*  
(Mare Boreale:14)

Den sammantagna uppfattningen är att det blir svårt att utvärdera om deras insatser har skapat attraktivitet, ett gott liv och gynnat entreprenörsandan. Detta på grund av att det inte finns förtydliganden av vad Leaderområdena avser med begreppen i insatserna och det blir då upp till vardera Leaderområde att tolka. Strategierna har bitvis en otydlig stil. Sättet att skriva på medför både för- och nackdelar. Fördelarna kan vara att många olika typer av projekt kan beviljas som på något sätt kan gynna landsbygden långsiktigt. Men med brist på tydliga ramar blir det svårt att utvärdera om Leaderområdenas genomförda projekt kan ses som de bästa projekten i förhållande till just den insatsen som tar en viss del av budgeten. Med hjälp av ett exempel från Leaderområdet Falun-Borlänges beviljade projekt förklaras resonemanget ytterligare:

*”Anlägga korthålsbana med sex hål med tillhörande greener. Syftet är att ge barn och ungdom ökad möjlighet till meningsfull fritid. Banorna görs tillgängliga för rörelsehindrade.”* (projekt 58)

Syftet med att anlägga en korthålsbana var att ge barn och ungdomar ökad möjlighet till en meningsfull fritid. Projektet har en tydlig koppling till strategin. I deras insatsområde *lokal utveckling och byars attraktivitet*, står det att både för barn och vuxna är det bra med ett aktivt föreningsliv. De har också ett insatsområde som heter *ung på landet och stolt över det*, där de skriver om vikten av att landsbygden är attraktiv för unga (Falun-Borlänge:22-3). I strategin



framgår det också att det råder brist på fritidsaktiviteter för unga (Falun-Borlänge:7). Det beviljade projektet - korthålsbanan, är ett av många möjliga projekt som kan gynna landsbygdens attraktivitet samt ge unga en meningsfull fritid. Däremot går det inte att säga att det finns ett tydligt samband mellan projektet och hur strategin har formulerat sitt mål. Det finns inget mål i strategin där det står att en ny korthålsbana bör anläggas för ungdomar för att de bidrar till en meningsfull fritid och en attraktiv landsbygd. En korthålsbana kan säkert göra landsbygden attraktiv för ungdomar, det kanske även en kapplöpningsbana, bilracingbana, ridväg eller virkningsklubb kan göra?

Begrepp som gott liv, attraktiv och entreprenörsanda gör det svårt att konkret förstå vad som ska göras, det vill säga om orden inte har fått en normativ betydelse som alla Leaderområden är medvetna om. De normativa betydelserna är i alla fall inte synliga i strategiernas uppenbara innehåll. Att strategierna är så pass likartade kring målens öppenhet samt val av ord, tyder på att det finns en social praktik som är knuten till strategierna. Den sociala praktiken är till viss del regelstyrd, som reglerna kring strategiernas formalia. Men Leaderområdena gör också saker på ett likartat sätt som inte är regelstyrt, det finns ett visst handlingsmönster och vanor (Bergström & Boreus 2012:23). Dessa handlingsmönster kommer med ett visst gemensamt språkbruk, vilket blir mycket tydligt genom användandet av ord som attraktiv, levande och entreprenörsanda. Ord som inte annars används i samma utsträckning.

Leaderområdena tar del av samma diskurser. Sättet att skriva om globala utmaningar visar de tar del av en slags *globaliseringsdiskurs*. Leaderområdena uttrycker vikten av ett konkurrenskraftigt företagande, vilket visar att de tar del av en slags liberal *marknadsekonomidiskurs*. Det diskurserna har gemensamt är att de i detta sammanhang kan härledas till Landsbygdsprogrammet. Landsbygdsprogrammet innehåller ett sätt att skriva, och eftersom programmets mål också är strategiernas huvudmål efterliknar strategierna Landsbygdsprogrammets sätt att skriva.

## 6. Avslutande diskussion

Den huvudfråga jag arbetat med har handlat om utvecklingsstrategierna verkligen haft den funktion de ska ha. Det har studerats genom att undersöka relationen mellan beviljade projekt och de mål som finns i strategin. I princip ska projekt beviljas utifrån de mål som finns i strategierna. Gemensamt för Leaderområdena är att det finns samband mellan deras strategi och de beviljade projekten. Valet av projekt som beviljats mot bakgrund av strategin kan antas logiska. En avgörande faktor för det kan vara strategins öppenhet. Majoriteten av strategierna innehåller vida, öppet formulerade målsättningar även en del mångtydiga begrepp som attraktiv, levande och entreprenörsanda. Tolkningsaspekten gör att kopplingen mellan strategi och projekt inte är svår att uppnå.

Strategierna har likartade målsättningar, dessa har tydliga kopplingar till styrdokumentet som Landsbygdsprogrammet och det regionala utvecklingsprogrammet. Leaderområdenas olika projekt är däremot knutna till platsen och rör sig inom många olika områden, som turism, näringsliv, tillgängliggöra natur- och kulturmiljöer och evenemang av olika slag. Ingen av de Leaderområden som uttryckt ett önskat antal beviljade projekt har nått antalet.

Om målsättningarna varit snävare ryms färre projekt inom dem, vilket i sin tur kan leda till att ännu färre projekt beviljas. Ibland är det ett medvetet val att kunna öppna för många olika typer av projekt. En av de stora konsekvenserna kan däremot bli att det inte är det bästa projektet i förhållande till budgeten som beviljats stöd. Om många söker stöd och det är brist på tydliga mål finns det också en risk att det blir brist på transparens. Det kan då bli svårt att motivera och förstå varför ett projekt har beviljats stöd och ett annat inte. Samtidigt kan man ju hävda att vagheten är nödvändig för att inte i förväg utesluta projekt som kan vara bra.

Strategins målsättningar bygger inte endast på lokala initiativ utan påverkas även av styrdokumentet. På så sätt går den lokala essensen något förlorad när det gäller innehållet i strategin. Strategin som i sin tur påverkar vilka lokala projekt som beviljas i Leaderområdet. Att strategiernas struktur och formalia är likartade är inte särskilt märkligt eftersom strategierna också är en ansökan om att få bilda ett Leaderområde. Det faktum att strategin också är en

ansökan kan i allra högsta grad ha påverkat dess innehåll. Att strävan efter att få bilda ett Leaderområde gör att föreningen verkligen anpassar innehållet efter de riktlinjer som givits, mer än vad som krävs. Utöver krav på formalia är Leaderområdena knutna till Landsbygdsprogrammet och de regionala utvecklingsprogrammen eftersom strategierna måste göras i enighet med dem. Därför är det inte heller särskilt märkligt att strategiernas målsättningar är så pass lika, då de har samma huvudmål. Däremot finns det delar som troligen kan härledas från styrdokumentet som inte är regelstyrda.

Strategierna innehåller likartade formuleringar och ord som inte är tvingande. De använder sig av ord som attraktiv och levande som *inte är tvingande* för att följa de riktlinjer som finns, vilket pekar på något väldigt intressant, nämligen att det råder normativa perspektiv i strategierna kring landsbygdsutveckling. Att lokala strategier använder sig av ett språk som inte är vanligt förekommande i vardagligt tal, visar att landsbygdsutvecklingspolitiken har fått ett eget språk. Ett språk som sedan påverkar den landsbygdsutveckling som förs, som antagligen kommer med Landsbygdsprogrammet. Hur hade Leaderområdena annars kunnat språket? Den typen av dominerande synsätt som råder över landsbygdsutvecklingspolitiken kan komma att begränsa den innovation som kanske är nödvändig.

Leadermetoden för perioden 2007-2013 bör undersökas vidare. Denna undersökning kan ses som ett första steg i att undersöka sambandet mellan strategierna och de beviljade projekten. Det går att vidga studien genom att närmare studera Leaderområdenas beviljade projekt och undersöka om målen beaktas mer i projektplanerna och i projekten. Man kan också intervjua LAG-gruppen för att undersöka hur de förhållit sig till strategin, och hur de tolkar begreppen som finns i den. Att intervjua projektledare för att undersöka hur de har förhållit sig till strategin är ytterligare en uppgift.

Genom att utvärdera politiska program kan man föreslå potentiella förbättringar. Med denna undersökning som bakgrund går det inte att uttala sig om hela Leadermetoden för perioden 2007-2013, men den ger underlag för en diskussion och ökar transparensen kring sambandet mellan mål och projekt. Det finns förbättringar som kan göras med strategiernas formuleringar.

## Referenser

Följande Leaderområdets utvecklingsstrategier för Leadermetoden 2007-2013:

Astrid Lindgren, Blekinge, Bergslagen, Falun- Borlänge, Gotland, Snapphanebygd Lappland, Nedre Dalälven, Sjuhärad, Skåne nordväst södra, Södra fjällen, Timrå, UROSS, Västra Skaraborg, Ystad-Österlen, Västra Småland, Mare Boreale, Mitt i Småland, Södertälje, Terra et Mare, Växtlust och Åres Gröna Dalar (sep 2015)

Jordbruksverkets databas, innehåller information om de utvalda Leaderområdenas projekt (sep 2015)

## Litteratur

Bergström G & Boreus K. (2012) *Textens makt och mening - Metodbok i samhällsvetenskaplig text och diskursanalys*. Lund: Studenlitteratur AB.

Esaiasson P, Gilljam M. Oscarsson H & Wängnerud L. (2012) *Metodpraktikan - Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Vällingby: Norstedts juridik AB

O'Neil P. (2010) *Essentials of comparative politics*. London: W.W Norton & Company

## Webbsidor

Hämtade oktober 2015

Helmfrid H & Käll J. (2014) Dilemman och möjligheter med LEADER-metoden, Utvärdering Leader Mellansjöländet 2007-2013

<http://www.mellansjolandet.se/151.pdf>

Karlsson B. Jordbruksverkets utvärdering Leader i Sverige 2007-2012

[http://www2.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/trycksaker/Pdf\\_rapporter/ra13\\_29.pdf](http://www2.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/trycksaker/Pdf_rapporter/ra13_29.pdf)

Jordbruksverket a (2014) Information om nya Landsbygdsprogrammet

<http://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/landsbygdsutveckling/programochvisioner/Landsbygdsprogrammet20142020/vadarLandsbygdsprogrammet.4.1b8a384c144437186ea10a.html>

Jordbruksverket b (2014) Karta över Leaderområden

<https://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/landsbygdsutveckling/lokaltleddutvecklinggenomLeader/Leader20072013/Leaderomraden20072013.4.2b43ae8f11f6479737780001053.html>

Jordbruksverket c (2014) Informationsblad om Leader 2007-2013

[http://www2.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/trycksaker/Pdf\\_ovrigt/ovr183.pdf](http://www2.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/trycksaker/Pdf_ovrigt/ovr183.pdf)

Jordbruksverket d (2014) Information om lokalt ledd utveckling

<https://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/landsbygdsutveckling/lokaltleddutvecklinggenomleader/lokaltleddutveckling20142020/vadarleader.4.37e9ac46144f41921cd13e37.html>

Landsbygdsprogrammet för Sverige 2007-2013 s. 89-92

<http://www.regeringen.se/contentassets/31d61126d65342e3bb82bdc6b4e6bcc3/sveriges-landsbygdsprogram-2007-2013>

Sveriges lantbruksuniversitet (2010) Halvtidsutvärdering av Landsbygdsprogrammet för Sverige 2007-2013,

<http://www.regeringen.se/contentassets/14490c408be448cca6b57edf7ed49f6e/halvtidsutvardering-av-landsbygdsprogram-2007-2013-hela-rapporten>

# Bilaga 1

## Leaderområde Skåne Nordväst Södra

### Axel 1, antal beviljade projekt 5

- Undersöka om en saluhall (lokal mat) kan byggas x2
- Stötta lokala matproducenter
- Skapa Bondens egna marknad
- Kompetensutveckling - öka förståelsen för landsbygd och mat

### Axel 2, antal beviljade projekt 4

- Förstudie infrastruktur leder, stigar x2
- Utveckla friluftslivet
- Skapa vandringsled

### Axel 3, antal beviljade projekt 17

- Attitydförändrings åtgärder
- Kultur/konst x2
- Samordning/mötesplatser/nätverkande/plattform/forum x5
- Marknadsföring/ informationsspridning x2
- Fritidsaktiviteter (+ 1 ungdomar) x2
- Innovativa idéer mot arbetslöshet
- Infrastruktur/ kommunikationer
- Turism/evenemang x3
- Kompetensutveckling barn
- Tillgängliggöra naturvärden för invandrare och funktionshindrade

### Insatsområden

- Det brukade landskapet - bevara, utveckla och använda natur och kulturlandskapet
- Det goda livet - landsbygdsutveckling för hälsa och välbefinnande;

- Entreprenörskap - att skapa och gynna möjligheten;
- Tillgänglighet och synlighet - för oss själva och andra;
- Återväxten - den sociala grunden för livet på bygden.

### **Mål → Utfall**

De har mest arbetat inom de fyra första insatsområdena. Underprioriteringarna i Återväxten (det sista insatsområdet) är: Skola, äldreomsorg, butiker, mackar, bibliotek, föreningsliv och annan kulturell verksamhet. Insatser som gynnar och skapar möjligheter för jämlikhet, integration, samhörighet, tankeutbyte mellan människor med olika bakgrund och erfarenheter. Insatser för att skapa ett varierat bostadsbestånd, insatser som skapar trygghet, mötesplatser för kvinnor, generationsmöten mm. Som man kan se ovan är det få insatser inom dessa områden. De har arbetat inom sina insatsområden men inte lika mycket med alla.

### **Leaderområdet Roslagen och Stockholms skärgård**

#### **Axel 1, antal beviljade projekt 5**

- Förstudie matverkscentrum
- Ökat samarbete mellan lantbrukare
- Förstudie - inventera utbudet av lokal mat/ förutsättningar för lokalt musteri
- Kanal för att sälja lokal mat x2

#### **Axel 2, antal beviljade projekt 25**

- Förstudie inför större miljöprojekt
  - Kompetensutveckling klimatförändringarna/landbruk x2
  - Hur nyttja spillvärme från pappersbruk
  - Förstudie biogasanläggning
  - Lokal energiproduktion x2
  - Restaurera naturvärden x2
  - Lyfta fram naturvärden
  - Modernisera hamnar
  - Förstudie samt projekt -infrastruktur till natur och kulturvärden x3
- Samverkan

- landsbygdsvården/avlopp/ miljöförbättring x2
- Skapa besöksgård
- Mer biodlare
- Sprida information naturvärden
- Evenemang/samarbetsprojekt om omställning
- Naturvård/ biologisk mångfald x2
- Näringsverksamheter inriktade på natur

### **Axel 3, antal beviljade projekt 83**

- Förstudie turistprojekt x3
- Turistprojekt x2
- Evenemang/marknader x3
- Samverkan/mötesplatser/nätverksbyggande x12
- Kommunikationsplattform
- Förbättrad service boende fritid/ äldreboende x3
- Ungdomsprojekt eller projekt riktade mot barn/ungdomar x5
- Förstudie eller projekt infrastruktur, båttrutter/ leder/ stigar/ ständer x6
- Natur och fritidsaktiviteter x7
- Förstudie aktiviteter
- Marknadsföring/sprida information/ webbaserat x3
- Byggnader/rusta upp/bygga nya delar eller mer teknik – för att skapa mötesplatser x14
- Kompetensutveckling x2
- Förstudier nya verksamheter x2
- Locka besökare och inflyttare
- Utveckla verksamheter/bygdegårdar x2
- Kultur (ofta för turism/museum) x8
- Engagera människor i samhället x2
- Utvecklingsarbete av små områden
- Förstudie eller projekt bredband x9



**Insatsområden:**

- Sysselsättning och lokalt näringsliv/företagande
- Möjlighet till sysselsättning, turism/besöksnäring, tantbruk/ trädgård, hästnäring
- Boende
- Livskvalité, för alla boende och besökare i alla åldrar
- Miljö
- Energi

Uross har kompletterad sina insatsområden med **genomgående teman** som “röda trådar”, dessa är:

- Vatten - som livsmedel, för transport, för miljö och rekreation, som energikälla, som material/komponent vid olika tillverkningar
- Barn och ungdomar
- Samverkan/Nätverkande

**De horisontella prioriteringarna är:**

- Integration och mångfald
- Jämställdhet
- Entreprenör förhållningssätt
- Kompetensutveckling
- Hållbar utveckling
- Konkurrenskraft

**Mål → Utfall**

De har arbetat inom sina insatsområden, deras *röda tråd* är bitvis bristande. Samverkan och nätverkande är det som genomsyrar projekten mest, vattenfokuset finns, barn och ungdomsfokuset är dock något lägre än andra regioners fokus med tanke på hur många projekt som har beviljats. Att arbeta med de horisontella principerna beskrevs som viktigt i strategin, dock har fokuset på kvinnor och integration endast nämnts i projektbeskrivningarna varsin gång. De har arbetet inom sina insatsområden men fokuserar mer på vissa.

## **Leaderområdet Timrå**

### **Axel 1, antal beviljade projekt 2**

- Förstudie - kartlägga livsmedelsproducenter och upprätta ett nätverk
- Stärka jord- och skogsnäringarna genom att öka möjligheten till diversifiering

### **Axel 2, antal beviljade projekt 5**

- Utveckla GPS för att underlätta vandring kring naturvärden
- Åtgärder för att bevara kultur och naturvärden
- Upprustning av miljön runt kulturvärden x2
- Förstudie - skyddat område

### **Axel 3, antal beviljade projekt 23**

- Evenemang barn
- Ungdomsprojekt/verksamhet x2
- Infrastruktur, stigar, vägar rustas upp
- Samverkan/ nya mötesplatser/ plattformar x4
- Marknadsföring/ skyltning x2
- Turistutveckling
- Integrera invandrare i samhället
- Utveckling av befintliga och nya företag (mack, B&B) x3
- Förstudie till stort lokalt projekt
- Byggnad – nya mötesplatser x3
- Kompetensutveckling/attityd
- Förstudie databas

### **Insatsområden:**

- Föreningsliv
- Företagande och entreprenörskap – nätverk, samverkan, ungt företagande, nysvenska entreprenörer, jordbruk

- Attraktivt boende – fritidsmöjligheter, boende, byalag, mötesplatser, integrering av nysvenskar
- Infrastruktur och service – nära dig, kommunikationer
- Besöksnäring
- Kultur

### **Horisontella principer**

- Attityder och framtidstro
- Miljön
- Integration
- Unga initiativ
- Jämställdhet

### **Mål → Utfall**

Alla horisontella principer förutom jämställdhet nämns flera gånger i de olika projektbeskrivningarna. De har inte lyckats beröra alla delar inom insatsområdena, men de beviljade projekten rör sig inom insatsområdena.